الجامعة والتنمية البشرية

أصول نظرية وخبرات عربية وأجنبية مقارنة



تحرير

أ.د/ أحمد إسماعيل حجي

تأليف

أ.د/ أحمد إسماعيل حجي

د/ حسام حمدي عبد الحميد

عالم الكتب

الجامعة والتنمية البشرية

أصول نظرية وخبرات عربية وأجنبية مقارنة

تحرير

أ.د/ أحمد إسماعيل حجي

تأليف

أ.د/ أحمد إسماعيل حجي

أستاذ التربية المقارنة و الإدارة التعليمية

العميد الأسبق - كلية التربية - جامعة حلوان

د/ حسام حمدي عبد الحميد

أستاذ مساعد التربية المقارنة و الإدارة التعليمية

كلية التربية - جامعة حلوان



عالم الكتب
نشر . توزيع . طباعة

❖ الإدارة :
16 شارع جواد حسنى - القاهرة
تليفون : 3924626
فاكس : 002023939027

❖ المكتبة :
38 شارع عبد الخالق ثروت - القاهرة
تليفون : 3926401 - 3959534
ص . ب 66 محمد فريد
الرمز البريدى : 11518

❖ الطبعة الأولى
ربيع أول 1433 هـ- يناير 2012 م

❖ رقم الإيداع 1955
❖ الترقيم الدولى I.S.B.N

978-977-716-354-5

❖ الموقع على الإنترنت : WWW.alamalkotob.com

❖ البريد الإلكترونى : info@alamalkotob.com

مطبعة

علاء الدين 0117188802- 01005441468

مقدمة الكتاب

الجامعات منارات التقدم، هى التى تضئ الطرق لمجتمعاتها لتصل إليـــه، وهى التى يفترض أن تقود التنمية البشرية، متى كانت ملتزمة برســالتها نحــو مجتمعها وعالمها، وتطور نفسها وفق منظورات علمية.

والجامعات الآن تصنع المعرفة وتنتجها وتوجهها من أجل التقدم، وتتعاون مع شركائها فى التنمية فى الإفادة القصوى من هذه المعرفة، تتبادل معهم الرؤى والنهوج، يستفيدون بها وتستفيد بهم ومنهم، فهم شركاء معرفة وتنمية ومصير.

والتنمية بشرية فى الأساس، الإنسان غايتها ومحورها ووسيلتها، لأنها- أى التنمية- ليست مجرد تقدم مادى فقط، لكنها تقدم حياة وتقدم بشر ثقافياً واجتماعياً وعلمياً واقتصادياً وتكنولوجياً. إنها الحرية والديمقراطية والقدرة على الاختيـار وإتاحة فرصة وتوسيعها. التنمية عدالة اجتماعية ومساواة، وهى تقدم حضارى بمفهوم واسع وعريض.

والجامعات تقود التنمية بأعضائها وأبنائها. أعضاؤها من هيئـات التعلـيم والبحث العلمى وقيادات إدارية جامعية واعية، إنهم منتجو المعرفة وصـناعها، بما يخرجون من أجيال تقود مجتمعاتهم، فهم عمال المعرفة وقادة الفكر ومسيرو وموجهو المجتمع، ولذلك فإن نقطة البدء هنا جامعة بمنظور عـصرى وطنـى وعالمى فى آن واحد، تقدم برامج حديثة بمنهجيات حديثة وفى بيئـة جامعيـة ملائمة ومتفتحة. ومن هنا فإن تطوير الجامعات لبرامجها التعليمية إحدى النقاط الأساسية لتحقيق التنمية البشرية.

وإذا كانت الجامعات تقود مجتمعاتها بأعضائها الذين يخرجـون الأجيـال الواعية القائدة التى أعدت وفق برامج تعليمية متقدمة، فإنها أيضاً تقود التنميـة بالبحث العلمى الذى يقوم به أعضاؤها، هذا البحث العلمى الذى يطور التعلـيم

الجامعى والأداءات الجامعية، بمثل ما إنه ينتج المعرفة ويوجه تطبيقاتها، ويقود اقتصادات المجتمعات، الذى صار الآن اقتصاد المعرفة، حيث يصل المكون المعرفى فيه إلى أقصاه، فى تعاون وتلاحم مع مؤسسات الإنتاج والخدمات والبيئات المحلية والوطنية والدولية. ومن هنا كانت أهمية توجيه البحث العلمي الجامعى لتنمية المجتمع وتقدمه.

والجامعات الواعية لا تقف عند حدود تخريج أجيال تقود التنمية البشرية، وتنشر ثقافتها، وتنتج معرفة من خلال بحث علمى عصرى متقدم يمزج الأساسى بالتطبيقى، لكنها بجانب ذلك تسعى إلى(تسويق) نفسها فكراً وبشراً وحرماً ومعرفة وتعليماً وبحثاً وخدمة.

ولذلك تضع الجامعات فى الدول المتقدمة، وكثير من الدول النامية استراتيجيات للتسويق الجامعى، فى عصر عولمة التعليم العالى، والجامعى فى القلب منه وتدويله، وانتقال مؤسساته نحو العالمية بمداخل مختلفة، حتى تسهم الجامعات بحق فى التنمية محلياً وعالمياً، ويكون لها مكانها بين جامعات العالم المتقدم، والتسويق هنا مفهوم يعنى الأنشطة الإدارية الجامعية التعليمية والبحثية والاجتماعية والثقافية التى تقدر احتياجات المجتمع، وتسعى إلى تلبيتها والتعريف بها وعرضها فى إطار من التبادل الطوعى التنموى فى سوق محلية وخارجية، إنه الترويج للجامعة وأنشطتها وأعضائها وإنتاجها ليفيد منها المجتمع بمفهوم واسع، وتفيد الجامعة منها.

ولعل من أهم وأحدث أنماط التنمية البشرية التى تقودها الجامعة نمط أو نموذج(حاضنات الأعمال)، باعتبارها بنى داعمة للأنشطة الابتكارية والإبداعية التى يقدمها ويقودها رواد المشروعات الابتكارية، تقدم لهم وتوفر الإمكانات اللازمة لتطوير بحوثهم وتقنياتهم وابتكاراتهم وتسوقها لهم.

ويضم هذا الكتاب بين دفتيه ستة فصول، الفصل الأول بعنوان(دور الجامعة فى التنمية البشرية لماذا، وكيف؟)، والفصل الثانى بعنوان(دور البحث العلمى الجامعى فى خدمة المجتمع)، والفصل الثالث بعنوان(تطوير البرامج الجامعية فى البلاد العربية والأجنبية)، وقد كتب هذه الفصول الدكتور أحمد اسماعيل حجى.

كما يضم الفصل الرابع وعنوانه(تسويق التعليم الجامعى، المفهوم والفلسفة)، والفصل الخامس وعنوانه(بعض النماذج الأجنبية فى تسويق التعليم الجامعى)، والفصل السادس وعنوانه(تفعيل العلاقة بين الجامعة وقطاع الأعمال، حاضنات الأعمال التكنولوجية مدخلاً)، وقد كتب هذه الفصول الدكتور حسام حمدى عبد الحميد.

وقد حرص مؤلفا هذا الكتاب على تأصيل المفاهيم، وتناول الموضوعات التى يضمها من أرضيات فكرية فلسفية، وفى أطر مقارنة تقدم نماذج متنوعة للفكر والممارسات فى كافة الموضوعات التى تضمها فصوله.

والله ولى التوفيق

أد أحمد إسماعيل حجى

الفصل الأول

دور الجامعة فى التنمية البشرية. لماذا، وكيف؟

مقدمة:

قد لا نتفق ابتداءً مع التوجه القائل بأن دور الجامعة فى تنمية المجتمع المحلى أو العالمى يتم من خلال ما تقوم به مراكز ووحدات خدمة المجتمع بما تشمله من مراكز تعليم للكبار أو مراكز للاستشارات وتقديم برامج التنمية المهنية أو مراكز ووحدات إنتاجية، إنها وغيرها من المراكز الجامعية تخدم المجتمع (وربما) تسهم فى تنميته.

ولذلك فنحن نرى الجامعة باعتبارها (معلماً حضارياً) ومعقلاً للفكر وبما تقوم به من تكوين لطلابها، وبما تجريه من دراسات وبحوث فى مجالات العلوم الاجتماعية والإنسانية، والعلوم الطبيعية، والتكنولوجيا وكذلك مراكز الخدمة التى ذكرناها، تقوم كلها مجتمعه بتنمية المجتمع.

والجامعة- على هذا النحو- هى قاطرة التقدم، هى قاطرة(التنمية البشرية) كأساس للتنمية الشاملة المستديمة، وهى استثمار فى البشر، الناس، رأس المال البشرى والاجتماعى قائد التغيير والتغير، التطوير والتقدم.

التعليم الجامعى الذى تقوم به الجامعة تنمية حقيقية للمجتمع، إذا ما تم على أكمل وجه رؤية وتخطيطاً وتمويلاً وتنفيذاً ومحاسبة. والبحث العلمى الهادف لتنمية المعرفة، اكتشافاً ومشاركة واستخداماً لصالح الفرد والمجتمع تنمية حقيقية بشرية محلية ودولية، وتوجيه موارد الجامعة وإمكاناتها المادية والبشرية وبرامجها ومراكزها تنمية بشرية أيضاً، يقوم بها طلابها وأساتذتها وإداريوها بالتشارك مع المجتمع المحلى والقومى والعالمى.

الجامعة محور أساسى فى مخططات التنمية، وعاملاً حاسماً فى استراتيجيات الإصلاح والتطوير والتقدم. وحتى يمكننا أن نفصل كل ذلك نظرياً ونقدم نماذج عملية واقعية عليه، تحدث فى جامعات قائمة بالفعل، نتناول أولاً ما يلى:

التنمية البشرية والتربية:

بينت الدراسات أن التركيز على النمو الاقتصادى وحده غير كاف لتحقيق التنمية البشرية، لأنه لا يحقق المساواة من ناحية، وذو تكلفة عالية من ناحية أخرى. ولعل هذا هو الذى دفع المنظمات الدولية إلى تبنى مفهوم أوسع للتنمية يتجاوز المجال والنطاق الاقتصادى، ويضع فى الاعتبار الأبعاد البيئية والخلقية والثقافية.

وقد تناول برنامج الأمم المتحدة الإنمائى مفهوم التنمية البشرية على النحو الآتى:

" التنمية البشرية عملية تستهدف توسيع الخيارات المتاحة للأفراد، والتى يمكن أن تكون من حيث المبدأ خيارات لا تحصى، وأن تتطور مع الزمن. بيد أن الخيارات الثلاثة الرئيسة من وجهة نظر الأفراد، أياً كان مستوى التنمية، هى أن يحيوا طويلاً حياة صحية، وأن يحصلوا على المعارف، وتوفر لهم الموارد اللازمة لتأمين مستوى معيشة لائق، وإذا لم تتوفر هذه الخيارات الأساسية، فإن عدداً كبيراً من الفرص الأخرى يظل صعب المنال.

ومع ذلك فإن التنمية البشرية لا تقف عند هذا الحد، فهناك خيارات أخرى يعلق عليها الأفراد أهمية كبيرة، وتتراوح بين الحريات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ويبين إمكانية تعبير الفرد عن قدراته الإبداعية والإنتاجية، مروراً بالكرامة الشخصية واحترام حقوق الإنسان.

فمفهوم التنمية البشرية إذن أوسع بكثير من النظريات الكلاسيكية للتنمية الاقتصادية، ذلك أن نماذج النمو الاقتصادى تعنى بزيادة الناتج المحلى الإجمالى أكثر مما تعنى بتحسين ظروف المعيشة، وتنمية الموارد البشرية تعتبر الكائنات البشرية مجرد مدخلات فى عملية الإنتاج، أى تعتبرها وسيلة لا غاية. أما سياسات الرفاهية الاجتماعية فتنظر إلى الأفراد على أنهم هم المستفيدون من عملية التنمية، لا على أنهم مشاركون فى هذه العملية. وأخيراً فإن النهج الرامى إلى إشباع هذه الحاجات الأساسية يرتكز على توفير سلع وخدمات اقتصادية، وليس على توسيع الخيارات البشرية.

أما التنمية البشرية فتعنى فى آن معاً بإنتاج السلع والخدمات وتوزيعها من جهة، وبتوسيع واستخدام الإمكانات البشرية من جهة أخرى، فمفهوم التنمية البشرية يشمل ويتجاوز فى آن معاً الاهتمامات والشواغل آنفة الذكر، وهو يحلل جميع المسائل المتعلقة بالمجتمع من نمو اقتصادى ومبادلات، وعمالة، وحريات سياسية، وقيم ثقافية وغيرها، من وجهة نظر الأفراد، فهو يرتكز إذن على توسيع الخيارات، وينطبق بنفس القدر على البلدان النامية والبلدان الصناعية".

المصدر: برنامج الأمم المتحدة الإنمائى: تقرير عن التنمية البشرية، ١٩٩٥، دار العالم العربى للطباعة، القاهرة، ١٩٩٥. ص ص١١، ١٢.

وفى ضوء هذا التحديد لمفهوم التنمية البشرية، يجب ألا تكون التربية مجرد وسيلة من بين وسائل أخرى للتنمية، بل أن تكون عنصراً من عناصرها التأسيسية وغاية من غاياتها الأساسية.

والتربية مطالبة بأن تهيئ للبشرية وسائل السيطرة على تنميتها ذاتها، بمساعدة كل فرد- دون تمييز- على أن يمسك بزمام مصيره بين يديه، حتى يسهم فى تقدم المجتمع الذى يعيش فيه، بحيث تقوم التنمية على أساس المشاركة الفعالة للأفراد والجماعات.

ولا يتأتى للتربية تحقيق ذلك دون أن يتوافر لكل فرد منذ بداية حياته تعليماً وتربية تساعده على فهم ذاته وفهم غيره بشكل أفضل، وأن تمكنه من المشاركة فى كافة الأنشطة الجماعية، ومن هنا كانت أهمية التعليم للجميع كمبادرة أقرتها دول العالم جميعاً، بدءاً بتوفير تعليم ابتدائى لجميع الأطفال، واستمراراً ووصولاً إلى تربية مستمرة مدى الحياة لجميع الأفراد، تربية تحقق تنمية بشرية، تنظر إلى الإنسان ليس باعتباره أداة ووسيلة، ولكنه غاية التنمية وهدفها الأسمى، ومن ثم يهتم التعليم بتشجيع تفتح الملكات الإبداعية وقدرات تنظيم المشروعات من منظور أن الإبداع عملية تربوية فى صورة مشكلات يراد حلها.

الجامعة والتنمية البشرية:

تؤكد اليونسكو على أن الاستثمار فى التعليم العالى يكتسب أهمية الآن- أكثر من أى وقت مضى، باعتبار أن هذا المجال هو المحرك الأساسى لبناء مجتمع المعرفة، ولتحقيق التقدم فى البحوث العلمية والتجديد والإبداع، وهذا هو ما أكده البيان الختامى الذى اعتمده المؤتمر العالمى للتعليم العالى عام ٢٠٠٩.

المسؤولية الاجتماعية للتعليم العالى:

والتعليم العالى كخدمة واستثمار يعتبر مسؤولية الجميع وبخاصة الحكومات، حيث إن مواجهة التغيرات المعقدة للوضع الراهن والمستقبلى للعولمة، توجب أن يقوم التعليم العالى بمسؤولياته الاجتماعية من أجل تقدم فهمنا للقضايا متعددة الأوجه، التى تتضمن أبعاداً اجتماعية واقتصادية وعلمية وثقافية وقدرتنا على الاستجابة لها كلها، ومن هنا يجب أن يقود التعليم العالى المجتمع فى توليد المعرفة الكوكبية لمواجهة التحديات ذات الطابع الكوكبى، وتحقيق الأمن الغذائي، والتغيرات المناخية، وإدارة المياه، والحوار بين الثقافات، وتجديد الطاقة وقضايا الصحة العامة، وهى جميعاً صلب التقدم والتنمية البشرية.

ويمكن لمؤسسات التعليم العالى- والجامعات جزء منها وفى مقدمتها- من خلال وظائفها الأساسية، وهى التعليم والبحوث وخدمة المجتمع، فى سياق الاستقلال المؤسسى والحرية الأكاديمية، يمكن لها أن تزيد تركيزها البينى(بين التخصصات) وتنمى التفكير الناقد والمواطنة الفعالة، وهذا يمكن أن يسهم فى تحقيق التنمية البشرية المستدامة والسلام والرفاهية، وحقوق الإنسان، بما فى ذلك المساواة بين البشر.

ولا يجب أن يقدم التعليم العالى فقط المهارات والكفاءات الأساسية لحاضر ومستقبل العالم، لكنه ينبغى أن يسهم فى تربية المواطنين خلقياً، والتزامهم ببناء السلام والدفاع عن حقوق الإنسان وقيم الديمقراطية.

ولذلك تحتاج مؤسسات التعليم العالى بما فيها الجامعات إلى:

١- المزيد من المعلومات والمعارف والانفتاح والشفافية فى كافة الجوانب المرتبطة برسالتها ومهامها وأدائها.
٢- تحقيق الاستقلال الإدارى والأكاديمى من أجل الوصول إلى الرؤى والرسالة، من خلال الجودة والكفاءة والمسؤولية الاجتماعية.

ملاءمة التعليم العالى:

وتتحدد الملاءمة استناداً إلى الدور الذى يؤديه التعليم العالى كنظام، والدور الذى تؤديه كل مؤسسة من مؤسساته بالنسبة للمجتمع، وكذلك استناداً إلى تطلعات المجتمع إليه، ويجب أن تتضمن الملاءمة مسائل معينة مثل:

أ- ديمقراطية الانتفاع بهذا التعليم.
ب- توافر المزيد من إمكانات المشاركة في التعليم العالى في مختلف مراحل الحياة.
ج- علاقة التعليم العالى بعالم العمل.
د- مسؤوليات التعليم العالى تجاه مجمل النظام التعليمى.
هـ- مشاركة مؤسسات التعليم العالى فى البحث عن حلول للمشكلات الملحة على الصعيد البشرى، مثل السكان، والبيئة، والتفاهم الدولى والديمقراطية وحقوق الإنسان.
و- تنوع الخدمات التعليمية التى يقدمها التعليم العالى كأفضل تعبير عن ملاءمته.

ثمة أسئلة هامة طرحتها دراسة هامة لليونسكو عن السياسات والتغيير فى مجال التعليم العالى من أهمها:

أ- كيف يمكن للتعليم العالى، وشتى مؤسساته أن تسهم فى التغيير الاجتماعى الاقتصادى، وأن تساعد على النهوض بتنمية بشرية مستديمة؟
ب- كيف يمكن للتعليم العالى، ولا سيما فى مجالى التعليم والبحث العلمى أن يسهم فى تنظيم المجتمع الحديث ، وأن يشارك على نحو أوثق فى الجهود الرامية إلى الحد من الفقر وحماية البيئة، وتوفير المزيد من الرعاية الصحية، وتحسين التغذية وتعزيز المبادئ التى يقوم عليها المجتمع المدنى، وتطوير مستويات وأشكال التعليم الأخرى؟

ج- كيف يمكن أن يستجيب التعليم العالى للتغيرات فى عالم العمل وأن يساعد على تكوين الثقافة المدنية اللازمة للتصدى لهذه التحديات(مما يعنى تطوير المؤهلات الأكاديمية والمهنية والصفات الشخصية).

إن خريجى التعليم العالى يشكلون(قوة عمل مفكرة)، وهذا يتطلب أن يهتم التعليم العالى والجامعى بمواصلة المشاركات المتبادلة مع القطاع الإنتاجى، كجزء من مهام هذا التعليم.
هذا علاوة على اهتمام مؤسسات التعليم العالى والجامعى بتفضيل الموضوعات التى تنمى القدرات الفكرية للطالب وتؤهله للتعامل مع التغير والتنوع على المستويات التكنولوجية والاقتصادية والثقافية، وتزوده بمزايا معينة، مثل روح المبادرة، والقدرة على تنظيم الأعمال، وعلى التكيف، وتمكنه من التصرف بمزيد من الثقة فى إطار بيئة عمل حديثة.

ويوجب التوجه نحو العالمية الوعى بأن التنمية الحديثة للموارد البشرية لا تنطوى على معرفة مجال التخصص المهنى الدقيق مهما يكن عمق هذه المعرفة وإتقانها وإتقان مهاراتها، لكن من الضرورى تشكيل الوعى الكامل بكافة القضايا الثقافية والبيئية والاجتماعية، وما يتطلبه ذلك من دراسات سياسية، واقتصادية، وثقافية وعلمية، وما يحتاجه من إلمام وإتقان للغات الأجنبية والكفاءات التكنولوجية.

وإذا كان هذا العصر هو عصر العلم والتكنولوجيا، فإن دراسة العلوم الاجتماعية والإنسانية والآداب واللغات ضرورة من ضرورات هذا العصر الكوكبى، ضرورة للتواصل وضرورة للتنمية البشرية.

والتعليم العالى بذلك أساس هام للتنمية البشرية المستمرة، باعتبار مؤسساته والجامعات فى مقدمتها مراكز مستقلة للبحث وابتكار المعرفة، مما يجعلها مسؤولة عن قضايا التنمية، من نواحى ثقافة التنمية والتقدم، وتقديم مبادرات تنموية والإسهام فى حل مشكلات التنمية فى المجتمع المحلى والوطنى والعالمى، وهذا ينطلق من الاعتبارات التالية:

١- الجامعات مصادر للمعرفة:

إذ تملك الجامعات- أو هكذا هو المفروض- قدرات بحثية ذات مستوى عال فى مجالات تخصصية متنوعة، ترتبط بتخصصات الأقسام العلمية والكليات التى تضمها كل جامعة، ويتطلب أداء الجامعات لدورها كمصدر للمعرفة توفير الإمكانات البشرية والمادية من أجهزة ومعامل ومختبرات، وتوفير المال اللازم للبحث العلمى من مصادر متنوعة، كما يتطلب أن يظل البحث العلمى مستقلاً، بعيداً عن التدخل السياسى والأيديولوجي.

ومن الضرورى أن تطبق الجامعات استراتيجيات للتنمية البشرية طويلة المدى، تقوم على أساس المشاركة المجتمعية مع عالم العمل والمجتمع المحلى وأجهزة البحوث وغيرها.

٢- العلاقة الجدلية بين الجامعات وسوق العمل:

وقد أكدت المؤتمرات الدولية للتعليم العالى التى عقدتها اليونسكو، وبخاصة عام ١٩٩٨، ٢٠٠٩ على ضرورة تعزيز التعاون مع عالم العمل وتحليل احتياجات المجتمع واستباقها عن طريق:

- مشاركة ممثلى عالم العمل فى إدارة شؤون مؤسسات التعليم العالى وزيادة الفرص المتاحة أمام الطلاب على الصعيدين الوطنى والدولى للجمع بين التدريب المهنى/ العملى وبين الدراسة، وتبادل العاملين بين عالم العمل ومؤسسات التعليم العالى، واعتماد مناهج دراسية منقحة تكون أكثر اتساقاً مع الممارسات فى مجال العمل.
- مراعاة مؤسسات التعليم العالى، باعتبارها مصدراً للتدريب المهنى ولاستيفاء المعارف والمهارات المهنية وتجديدها مدى الحياة، والاتجاهات السائدة فى عالم العمل، وفى القطاعات العلمية والتكنولوجية والاقتصادية. وأن تعمل الجامعات مع عالم العمل على تقييم عمليات التعلم واستحداث برامج تعليمية وسيطة.
- اهتمام التعليم العالى بتنمية مهارات خلق الأعمال وروح المبادرة، بما ييسر إمكانات تشغيل الخريجين، وأن تتيح مؤسسات التعليم العالى للطلاب فرص تنمية قدراتهم الشخصية تنمية كاملة بروح من المسؤولية الاجتماعية، وأن تقدم لهم تعليماً يجعلهم مشاركين مشاركة كاملة فى المجتمع الديمقراطى.

كما أكدت هذه المؤتمرات على تنويع نماذج التعليم العالى، من أجل جعل التعليم مفتوحاً لفئات أكثر تنوعاً ومندرجة فى سياق التعلم مدى الحياة، مما يفترض تسهيل دخول نظام التعليم العالى والخروج منه فى جميع الأوقات، وأكدت المؤتمرات أيضاً على إدخال إصلاحات عميقة واعتماد سياسات منفتحة للالتحاق بالتعليم العالى أمام فئات مختلفة، وأن تهتم بتثقيف الطلاب كى يصبحوا مواطنين مستنيرين ذوى حوافز عميقة وقدرة على التفكير النقدى وتحليل المشكلات وحلها.

وهذا يتطلب إعادة صياغة المناهج الدراسية، وإتاحة الإفادة من استراتيجيات تربوية وتعليمية جديدة تيسر اكتساب المهارات والكفاءات والقدرات اللازمة للاتصال والتحليل الإبداعى والنقدى، والتفكير المستقل والعمل الجماعى فى بيئات متعددة الثقافات.

٣- الجامعة معقل للثقافة الرفيعة والفكر الإنسانى:

وقد أدرك واضعو قانون تنظيم الجامعات فى مصر عام ١٩٧٢، أى منذ حوالى أربعين عاماً، هذا البعد التنموى للجامعات، إذ نصت المادة الأولى من هذا القانون على أن" تختص الجامعات بكل ما يتعلق بالتعليم الجامعى والبحث العمى الذى تقوم به كلياتها ومعاهدها فى سبيل خدمة المجتمع والارتقاء به(حضارياً)، متوخية فى ذلك المساهمة فى(رقى الفكر) و(تقدم العلم) و(تنمية القيم الإنسانية)، وتزويد البلاد بالمتخصصين والفنيين والخبراء فى مختلف المجالات، وإعداد الإنسان المزود(بأصول المعرفة)، وطرائق(البحث المتقدمة)، و(القيم الرفيعة) ليساهم فى(بناء وتدعيم المجتمع)، وصنع(مستقبل الوطن) و(خدمة الإنسانية). وتعتبر الجامعات بذلك(معقلاً للفكر الإنسانى) فى أرفع مستوياته، ومصدر(الاستثمار) و(تنمية) أهم ثروات المجتمع وأغلاها، وهى(الثروة البشرية)، وتهتم الجامعات كذلك ببعث(الحضارة العربية) و(التراث التاريخى للشعب المصرى وتقاليده الأصيلة ومراعاة المستوى الرفيع للتربية الدينية والخلقية والوطنية، وتوثيق الروابط الثقافية والعلمية مع الجامعات الأخرى، والهيئات العلمية العربية والأجنبية).

والقراءة المتمعنة لهذه المادة تظهر دور الجامعة فى تنمية الفكر الإنسانى والحضارة وصنع المستقبل، وتأهيل الثروة البشرية، وبناء المجتمع وتدعيمه، وارتباط الجامعات

المصرية بالهيئات العلمية والأجنبية، سواء كانت هذه الهيئات مؤسسات تعليمية أو بحثية أو فكرية أو ثقافية.

٤- التعليم الجامعي وإعداد عمال المعرفة:

وقد تعاظم الطلب على التعليم الجامعي ومؤهلاته الرفيعة، ويؤدى ضغط التكنولوجيات الحديثة فى الصناعة والزراعة والتجارة والخدمات إلى ترجيح الكفة لصالح القادرين على فهمها والتحكم فيها، كما يتجه أرباب العمل بصورة متزايدة إلى مطالبة العاملين بأن يكونوا قادرين على حل مشكلات جديدة وعلى اتخاذ المبادرات، وقد أفسحت الجامعات مجالات عديدة للإعداد العلمي والتكنولوجى بشتى أشكاله لمواجهة الطلب المتزايد على الاختصاصيين الملمين بأحدث التكنولوجيات القادرين على إدارة نظم تزداد تعقيداً، وقد ترتب على التقدم السريع فى التكنولوجيات الجديدة للمعلومات والاتصالات حدوث مزيد من التغيير فى طرق تكوين المعارف واكتسابها ونقلها، مع تغيير دور المعلم الجامعى فى ضوء استخدام التكنولوجيا.

المثلث الصعب للسياسات الجامعية:

يضم هذا المثلث غير السهل، بل والصعب للسياسات الجامعية بخاصة، وسياسات التعليم العالى كلها بعامة أهدافاً ثلاثة متصارعة ومتعارضة فى كثير من الأحيان، وهى التنوع والجودة والكفاءة، وهو فى ذات الوقت بأهدافه هذه يعد متطلباً كوكبياً.

إن قضية التنوع والتعدد Diversity تغطى قضايا وأهدافاً أخرى مثل الإتاحة والمشاركة والمساواة وتكافؤ الفرص، وهى أقدم قضايا الجامعات والتعليم العالى من ناحية، وهدفاً مستمراً من أهداف السياسات العامة على مدى زمنى طويل، وبخاصة مع سياق انتشار عولمة الأسواق والمنافسات الدولية ومحدودية الميزانيات والتغيرات فى الأحوال السياسية والاجتماعية والاقتصادية.

ويتصل بموضوع التنوع والاختلاف مدى تخفيض حدة التمييز على أساس الجنس أو النوع فى الإتاحة والمشاركة وإتمام الدراسة الجامعية، وهناك من يرى إمكان تحقيق حلول للمشكلات والقضايا المثارة لو أنها بدأت من المدرسة الثانوية.

كما أن جودة الأداء الجامعى التعليمى والبحثى والخدمى تعتبر القضية الأكثر جدلية بين القضايا الثلاث، وهى تتضمن جوانب مختلفة مثل إدراك الجودة وثقافتها والمستويات المعيارية لها، وأدواتها وآليات قياسها، والجهود التى تبذل من الدول فيها، ثمة توجه يتمثل فى الحكم على جودة أداء الجامعة فى ضوء دورها المحدد، ووفقاً للأهداف المؤسسية المحددة بوضوح، وقد سعت دول كثيرة لوضع نظم وآليات للتحفيز بدءاً من الحوافز المالية لتحسين الجودة، بحسب آليات ضبط الجودة التى توضحها الجامعة، وتقوية التوجه نحو سوق العمل، على أساس نظام للصكوك، ومع ذلك فإن هناك شكوكاً عن مدى نجاح السياسات العامة فى مجال تحسين الجودة، وتحقيقها للمستويات المعيارية المطلوبة.

وأما عن الكفاءة، وبخاصة كفاءة الأداء المالى، باعتبارها الجانب الثالث لمثلث السياسات، فإنه هو الآخر من القضايا الجدلية من حيث المفهوم والمحددات والمؤشرات مثله مثل العائد الاجتماعى من الاستثمار فى التعليم، وبخاصة التعليم الجامعى من ناحية الكفاءة الداخلية والخارجية.

ورغم الجدل الدائر عن تقليل حجم التمويل الحكومى، فإن هناك ضرورات تحتم استمراره، مع التأكيد على الجودة والإتاحة والسياسات المرتبطة بالكفاءة، وهناك اتجاه نحو سياسات جديدة تؤكد على التحفيز المالى للجامعات وفاعليتها فى تحقيق أهدافها وتحقيق مخرجات محددة.

البحث العلمى والتنمية البشرية:

يعتبر تدعيم وظيفة البحث العلمى فى الجامعات أساساً لتحقيق رسالتها، وأن تشارك بفاعلية مشاركة عملية فى التنمية البشرية، ولا يتأتى ذلك بشكل حقيقى ومؤثر إلا إذا كان هناك إيمان مجتمعى رسمى وشعبى بدور الجامعات فى البحث العلمى الذى يحقق التنمية

والابتكار، ويتوقف نجاح الجامعة فى تفعيل دورها ووظيفتها البحثية، على إيمان أعضاء هيئة التدريس بالبحث العلمي كوظيفة من وظائف الجامعة ودوره التنموى.

وإذا كانت المنافسة بين الجامعات ومؤسسات البحث العلمى غير الجامعية مطلوبة لترقية الأداء البحثى، والاهتمام بالبحوث التطبيقية، والاهتمام أيضاً بتوليد المعرفة، فـإن المطلـوب أيضاً هو التكامل والتنسيق بين الجامعات وهذه المؤسسات البحثية، وتبادل الخبـرات بينهـا، وإتاحة استخدام إمكانات كل منها للجهة الأخرى.

ولعل من الأسباب التى تؤكد أهمية البحث العلمي الجامعى، مدى تأثيره علـى التعلـيم الجامعى وتجويده وتدريب الطلاب على مناهجه ومفاهيمه، والإفادة من نتائجه فـى تحسـين التعليم محتوى وتدريساً وتقويماً، فضلاً عن تعويد الطلاب على العمل الفريقى.

ثمة تأكيد على أن نظام البحث والتنمية والابتكار يساهم مسـاهمة كبيـرة فـى التنميـة الاقتصادية الوطنية والرفاهية الاجتماعية، والأمم التى تنمى أصولها المعرفية وتديرها بفاعلية تحسن من أدائها الاقتصادى، كما أن الأفراد الممتعون بحصيلة أكبر من المعرفة يحصـلون عادة على وظائف مرتفعة الأجور، كما تشكل الاستثمارات فى البحث والتنميـة والابتكـار، والتعليم والتدريب، وغير ذلك من الأصول غير المادية حجر الزاويـة لاقتصـاد المعرفـة الحديث، ويشكل إصلاح لظام البحث والتنمية عنصراً أساسياً من عناصـر إصـلاح قاعـدة المعرفة فى أى وطن.

وللابتكار أهمية مركزية لتنمية الاقتصادات الناجحة، وكثيراً ما تفتقر البلدان النامية إلى القدرة على الابتكار، وبالتالى إلى تحسين مكانتها فى السوق العالمية التنافسية.
<u>المصدر: البنك الدولى ومنظمة التعاون والتنمية الأوروبية: مراجعـات لسياسـات التعلـيم الوطنية- التعليم العالى فى مصر.</u>

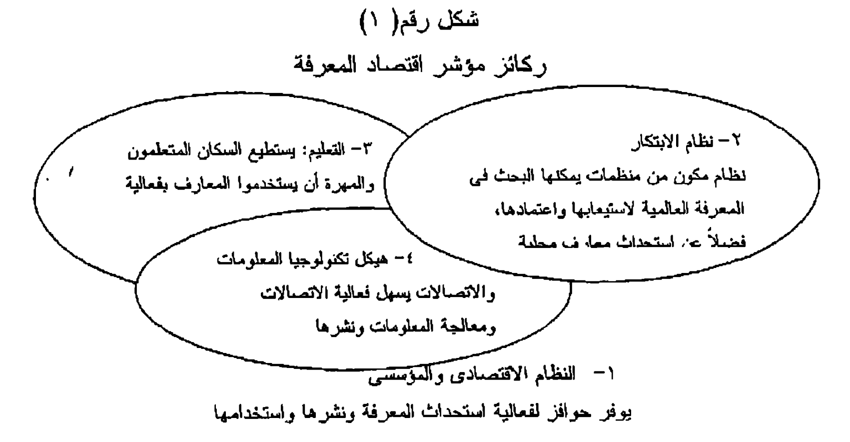
وبالتالى فإن لم تتوفر القدرة على الابتكار والتنمية من خلال التعليم العالى، وفى المقدمة منه الجامعات، تتعثر عملية التنمية البشرية.

وإذا كان العالم يشهد الآن زيادات مطردة لدور المعرفة والمعلومات فى الاقتصاد وهو هنا اقتصاد المعرفة، الذى يتسم بالقدرة على الابتكار وسرعته، ووجود شبكات للمعلومات والمعرفة والتكنولوجيا تتفاعل معاً سواء أكانت حكومية أو غير حكومية، وتوافر رأس مال بشرى مزود ومسلح بمهارات المعرفة واقتصاد المعرفة، يمكنه القيام بدور فعال فى النمو والتنمية الشاملة، فضلاً عن القيام بالأنشطة المعلوماتية في قطاعات الاقتصاد المختلفة، نقول أنه إذا كان العالم يشهد الآن هذه الزيادات المطردة للمعرفة وتنامى اقتصاد المعرفة، فإن الجامعات مسؤولة مسؤولية مباشرة عن معظم مكونات هذا الاقتصاد، من نواحى سرعة الابتكار وتنمية القدرة عليه، وتكوين رأس المال البشرى القادر على أداء الدور الفاعل، والكوادر المتمكنة من تكنولوجيات المعلومات، وتوفير شبكاتها وأنشطتها المختلفة، وقبل ذلك ومعه وبعده، نشر ثقافة عصر المعرفة ليس فقط بين طلابها والعاملين فيها، بل داخل المجتمع نفسه والتفاعل والتعاون الدولى.

إن هناك رأياً بأن مؤشر اقتصاد المعرفة، يعبر عن مدى استعداد البلد لاقتصاد المعرفة، وهو- حسب هذا الرأى يتألف من أربع ركائز يعبر عنها الشكل الآتى:

شكل رقم(١)

ركائز مؤشر اقتصاد المعرفة



المصدر: S. Mikhail," TPS 1806: Systems of Higher Education Ontario Institute for Studies in Education", 2007.

ويظهر من الشكل، أن هذه الركائز الأربعة، تتمثل في:

١- النظام الاقتصادى والمؤسسى.

٢- نظام الابتكار.

٣- التعليم.

٤- هيكل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

لكننا نرى قصوراً في هذا المؤشر بمكوناته الأربعة سالفة الذكر، وما اندرج تحت كل منها، لأنه أغفل السياق السياسي الرسمي والشعبي الذى يمثل الإرادة والإدارة، والمستوى الثقافي ومستوى الوعى ومنظومة الإعلام الداعمة، والتعليم المنمي للكفاءات والمهارات، فضلاً عن الشراكة العامة والخاصة والدولية.

وبناءً على ذلك نقترح الشكل الآتي ليعبر عن المؤشر المتكامل لاقتصاد المعرفة:

شكل رقم(٢)



ومؤشر اقتصاد المعرفة الذى نقترحه يتكون من:

١- سياق سياسى ديمقراطى، يعبر عن إرادة حكومية وشعبية، تؤمن بأهمية التحول نحو مجتمع المعرفة واقتصاد المعرفة، وتوفر له متطلباته المادية والبشرية والتشريعية، وتضع استراتيجيات لتحقيقه، وآليات للمتابعة والرقابة.

٢- نظام للتعليم قبل الجامعي والتعليم العالي في إطار التعليم المستمر والتعلم مدى الحياة، ينمي كفاءات ومهارات مجتمع واقتصاد المعرفة، ويتكامل مع نظام للبحث العلمي تقوم به الجامعات وغيره، ولهذا النظام استراتيجيات عصرية لبناء البشر، ذوي المكنات النظرية والعملية التي تنحو إلى الملاءمة والجودة.
٣- نسق ثقافي ونظام إعلامي توعوي يرفع المستوى العام للمجتمع نحو حضارة القرن الحادي والعشرين، يؤصل الوطنية وقيم العلم والتقدم.
٤- بنية اقتصادية ومؤسسية، تشجع الاستثمار في مجالات اقتصاد المعرفة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ويدعم البحث العلمي والتعليم.
٥- نظام للبحث العلمي والتنمية وتدعيم الابتكار، يقوم على شبكات المعلومات والمعرفة الوطنية والعالمية، ويهتم بالتكامل مع مؤسسات التعليم.
٦- شراكة مجتمعية حكومية وخاصة، وطنية ودولية في مجالات الاقتصاد والثقافة والبحث العلمي والتجديد والابتكار، أساسها التفاعل البناء للوصول إلى التقدم.
٧- بنية أساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات توفر إمكانات الاتصالات والمعلومات وتيسرها وتوفرها وتدعمها، دون تمييز.

وهكذا يحدث التناغم والتكامل بين السياسي والاقتصادي والتقني والثقافي والتعليمي والبحثي في إطار تشاركي محلي ووطني ودولي.

الجامعة وخدمة المجتمع والبيئة:

يشار إلى الجامعة وخدمة المجتمع، وما يعرف في الأدبيات الجامعية الأمريكية بالامتداد الجامعي University Outreach، بأنه أكثر استثمار مربح في حياة الأمة، وأنه ذا تأثير كبير كأحد أهم مداخل التغيير الاجتماعي، وأفضل مصادر تحسين جودة الحياة لجميع المواطنين.

كما أن الكثير من أوجه الحياة الاجتماعية كالعمل ووقت الفراغ والقيم والتنمية الشخصية الفردية والاجتماعية، تحمل خاتم الامتداد الجامعي، للجامعات العامة والتعليم المستمر الذي تتبناه أيضاً.

ومن هنا فإن تسويق برامج الامتداد الجامعي تفيد كألية تستخدمها الجامعات قيادة وأعضاء وإداريين، وبخاصة عندما يشعرون بالحاجة إلى تقويم وتحسين وإعادة صياغة هذه البرامج، وتمثل برامج الامتداد الجامعي، مثل برامج الامتداد التعاونية، والتعليم المستمر وغيرها من البرامج التي تقدمها الجامعات العامة خطوط إنتاج مختلفة عن برامج المرحلة الجامعية الأولى والدراسات العليا. ويظهر هذا الاختلاف بجلاء في الغايات الكبرى والأهداف والجمهور المستهدف، وغير ذلك.

وتحدد الغالبية العظمى من الجامعات في رسالتها ومهامها ا؟الأساسية الامتداد Extention/Outreach أو الخدمة العامة، بجانب التعليم والبحث العلمي، وأيا ما كان المصطلح المستخدم فإن المفهوم واحد غالباً وهو تطبيق وتوجيه الموارد والمصادر والخبرة الجامعية من خلال برامج تهدف إلى إفادة المواطنين في البيئة والمجتمع.

وتصميم أهداف وغايات البرامج الشاملة الحديثة للامتداد الجامعي وخدمة المجتمع للاستجابة للقضايا الرئيسة والأساسية التي يهتم بها الناس في مجالات الخدمات، وتنفيذ نتائج البحوث العلمية، والمعرفة المنظمة بطرق متنوعة لتوصيل الخدمات، وتلبي معظم الجامعات العامة هذه الرسالة المتصلة بالامتداد الجامعي من خلال آليات، يأتي في مقدمتها برامج التعليم المستمر، والخدمات العامة، والمساعدات الفنية التقنية التي تقدمها المراكز الجامعية، وفي مقدمتها الاستشارات وغيرها.

والرسالة الثلاثية للجامعة التعليم، والبحث العلمي وخدمة المجتمع، وهي أيضاً الوظائف الأولية لها تترابط معاً ترابطاً عضوياً، وتشمل كذلك جمع المعلومات وتقاسم المعرفة أو التشارك فيها Sharing Knowledge.

ويبين الجدول الآتي توازي الأفكار والمنطلقات في وظائف الجامعة الثلاث:

جدول رقم(١)

توازى جوانب ومكونات رسالة الجامعة

العنصر	البحث العلمى	التعليم	خدمة المجتمع
تحديد الاحتياجات	مراجعة الأدبيات والملاحظة لتحديد الفروض	مراجعة البرامج والمناهج وتحليلها لتحديد الأهداف التعليمية	تحليل الاحتياجات لتحديد مطالب العملاء من البرامج والمشروعات
ابتكار الآليات	تحديد طرق البحث التجريبية وغيرها	بناء المحتوى ومكونات البرنامج والتكنولوجيا التعليمية	تصميم ووضع البرنامج أو المشروع الملائم للاحتياجات
تنفيذ الآليات	تنفيذ البحث وجمع البيانات والمادة العلمية	تعليم البرنامج بطريقة فعالة	تنفيذ البرنامج من خلال ورش عمل أو المشروع
تقويم الأثر	تحليل ومناقشة النتائج فى ضوء الفروض	تقويم أداءات الطلاب فى ضوء الأهداف	توثيق الأثر فى مخاطبتها للاحتياجات المحددة للعملاء
توثيق العملية	عرض ونشر الورقة البحثية	تجميع تقويمات البرنامج والمعلومات الخاصة به	إعداد ملخص أو تقرير عن صدى البرنامج ونتائجه على العملاء

المصدر:

Foster, Ralf S. et al(eds.): Marketing University Outreach Programs, Routledge, U.S.A, 1994.

ويظهر من الجدول السابق أن جوانب التخطيط والتنفيذ والتقويم لمثلث رسالة الجامعة تكاد تتوازى وتتطابق، باعتبارها فى الأصل تعكس رؤية الجامعة فى تنمية المجتمع من زوايا متعددة.

وتستجيب الجامعات العامة والخاصة أيضاً لطلب المجتمع على خدمته من خلال طرق وآليات متنوعة، منها وحدات أو مراكز التعليم المستمر، ومراكز الامتداد التعاونى، والمراكز الهندسية، والمراكز التجارية والإدارية، وبرامج الدعم التقنى التى تقدم جميعها خدمات مباشرة للبيئة، كما تقدم الكليات والمدارس العليا المهنية بالجامعات برامج التنمية المهنية المستمرة.

ويمكن حصر أهم نواحى تركيز الامتداد الجامعى، فيما يلى:

١- تعليم الطلاب غير التقليديين(الكبار مثلاً).

٢- تقديم تعليم مهنى مستمر.

٣- نشر نتائج البحوث، وجوانب تطبيقها فى البيئة.

٤- نقل التكنولوجيا.

٥- تلبية الاحتياجات المتنوعة للمواطن.

٦- الإثراء الثقافى والسلوك الخلقى.

٧- تقديم معلومات ومشروع عن السياسات العامة.

٨- تعليم مهارات مجتمع المعرفة وكفاءاته.

٩- تقديم استشارات فنية من خلال عقد شراكات مع مؤسسات الإنتاج والخدمات.

١٠- تقديم برامج التعليم الجامعى فى خارج الوطن.

١١- تقديم برامج للتعلم عن بعد.

وهذه الأنماط والأشكال وجوانب التركيز تعتبر مدخلاً للخدمة المجتمعية والتنمية البشرية، وبخاصة إذا ما تلاحمت مع الوظيفتين الأخريين للجامعة وهما التعليم والبحث العلمى.

وإذا كان كل ما تقدم يمثل تأطيراً تنظيرياً لدور الجامعة فى التنمية البشرية من خلال كل ما تقوم به من وظائف، وبخاصة التعليم والبحث العلمى والابتكار وخدمة المجتمع، فإن هذا التأطير يمكن أن يثرى بعرض نماذج واقعية لجامعات متقدمة تعمل على التنمية البشرية وتحقيق التقدم، من خلال تناول إحدى الجامعات الكندية وهى:

جامعة سيمون فريزر فى كندا
Simon Fraser, Canada

تعد هذه الجامعة ثالث الجامعات الشاملة فى كندا لمدة عشرين عاماً، وفقاً لمسوح القومية، وتقدم الجامعة أكثر من مائة برنامج للحصول على الدرجة الجامعية الأولى بجانب ٤٥ برنامجاً للدراسات العليا، وبعض هذه البرامج ذات تخصص واحد، وبعضها الآخر برامج تسير وفقاً للتخصصات البينية.

وقد حددت الجامعة لنفسها ثلاث مهام رئيسة، هى:

١- تمركز الدراسة على الطالب وتعلمه ليكون مستعداً للحياة Learning to Be Life Ready: إذ تقدم الجامعة لطلابها المعرفة التى يحتاجونها للنجاح الأكاديمى، وتقدم لهم ما هو أكثر أهمية المهارات البحثية والاستكشافية، والخبرات المرتبطة بالعالم التى يحتاجونها للنجاح فى الحياة.

٢- العمل الموجه بحثياً والابتكار ذو الأثر Innovation With Impact: وتميز هذه الجامعة يستند إلى أن الحراك المعرفى يلاحظ أن البحث العلمى لا يتحدد ولا يتمركز فى المعامل والمكتبات، لكنه يركز على أن فوائد الابتكار تنعكس فى البيئات القريبة والبعيدة فى النواحى الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والصحية. وتجدر الإشارة إلى أن من نماذج البحوث ذات الأثر الوطنى والعالمى للجامعة، بحوث الملاريا والإيدز فى أفريقيا، والعلاجات الجديدة لمرض الزهايمر عالمياً، ومختبر الحياة للإسكان المستدام، وتحسين الحياة فى ريف الهند، بجانب بحوث إدارة الأعمال.

٣- الارتباط بالبيئة، إثراء الامتداد الجامعى Enriched by Outreach: كما أن تميز الجامعة كإحدى الجامعات الشاملة، يتمثل فى الارتباط فيما وراء التدريس والمدرجات، عن طريق ما حرصت عليه الجامعة منذ أكثر من خمسين عاماً من قيمة مضافة اجتماعيا واقتصادياً وثقافياً إلى البيئات والمجتمعات المحلية والوطنية والخارجية، ويذكر فى هذا الصدد أهم مبادرات الجامعة عن: نقل العلم إلى الشارع، ومركز الفنون فى وسط المدينة، وحصول الجامعة على المركز الأول فى العمل المستدام.

ولعله من أهم ملامح هذه المهمة الثلاثية تداخل مكوناتها الثلاثة وتكاملها معاً، بحيث تفيد كل منها الأخرى لتحقق بالتالى إفادة مجتمعية وتنمية بشرية شاملة ومستمرة، وقد حددت الجامعة رؤيتها فى أن تكون جامعة متفردة ملتزمة بالتميز فى التعليم، بحيث يكون خريجوها مواطنين منتمين إلى مجتمعهم قادرين على المنافسة، وأن تعد الجامعة باحثين عالميين مرموقين، وتقدر أيضاً خريجيها وأعضاء مجتمعها المحلى.

وتقدم الجامعة بحثاً علمياً متميزاً وبيئة تعليمية تهيئ لاكتساب مهارات وكفاءات اقتصاد المعرفة، وتزود طلابها أيضاً بخبرات التعلم خارج الدراسة، إلى البحوث ومهاراتها وسوق العمل العالمى من خلال برامج للدراسة، وبدائل أخرى للتعليم التعاونى. وتؤكد الرؤية على الأبعاد الخلقية المتمثلة فى الالتزام بالإسهام فى تنمية المجتمع من خلال البحث والتعلم.

إن رسالة الجامعة بناء على ذلك تتمثل فى الارتقاء بالمعرفة من خلال التعليم والبحث والارتباط بالبيئة، ومن ثم فإن قيمها والتزامها ينطلق من أنها جامعة شاملة ومفتوحة مؤسسة على الحرية الأكاديمية والفكرية، وتكامل التعليم والبحث العلمى، والاحتفاء بالاكتشافات والاختراعات والتنوع والحوار، وتعلى الجامعة من شأن الثقافة والآداب والفنون الحرة، والعلوم، بجانب الريادة فى الدراسات البينية والبرامج المهنية.

وهذه الجامعة بالتالى تحدد صفاتها الأكاديمية بالالتزام بالتجديد أكثر من وبديلاً عن التكرار، واتخاذ مبادرات إبداعية، والوصول إلى المجتمع الأوسع.

المبادئ الموجهة للرؤية:

وبناء على ذلك فإن الجامعة:

أ- جامعة مرنة وديناميةو جامعة للابتكار القائم على البحث العلمى: إذ توسع الجامعة حدود المعرفة والاستخدامات المنتجة والناتجة عن البحوث العالمية التنافسية التى تتسم بالتميز والتجديد التربوى، وتطوير البرامج الدراسية البينية التى توجه إلى مشكلات وقضايا المجتمع الحديث، وتحتاج إلى تكامل تخصصات متنوعة.

ب- تزويد الطلاب بخبرات تعلم إثرئية: ويتم ذلك من خلال استخدام منهجيات واستراتيجيات تعليم وتعلم مختلفة، وتطبيقات ونتائج بحوث علمية، وعضوية روابط طلابية كثيرة تضم فئات مختلفة من الدارسين سنياً وجنسياً وعرقياً وثقافة واقتصاداً وغير ذلك. ومن خلال تدويل البرامج وضمان التفاعل والمشاركة بين هيئة التدريس والطلاب عبر العالم، ومن خلال فرص للتعلم المتكامل مع ظروف المجتمع المحلى.

ج- الارتباط بمجتمعات محلية عديدة: وذلك من أجل بناء مجتمع محلى موسع للجامعة ييسر التعلم من خلال الحوار ويسمح بالنقد وربط البيئات المحلية عن طريق البحوث والخدمات التى تحقق أهدافاً اجتماعية وثقافية واقتصادية، والارتباط مع شركاء عالميين ذوى اهتمامات مشتركة فى التعليم والتنمية، والإسهام فى حل المشكلات الدولية وتنمية المواطن الكوكبى.

وتفحص هذه الجوانب الثلاثة يبين أنها معاً، بل وأن كل منها على حدة يسهم فى التنمية الشاملة، من جوانب الابتكار القائم على البحث العلمى الذى يهتم بقضايا المجتمع والبيئة، وكذلك خبرات التعلم الثرية والإثرائية التى تقدم للطلاب بما فيها البقرامج التخصصية والبرامج البينية الهادفة إلى اكتساب مكنات العصر، هذا بالإضافة إلى توثيق الارتباط بالمجتمع المحلى بمفهوم واسع، يتسع ليشمل المشكلات العالمية وتقديم الخدمات المتنوعة التى تصب جميعاً فى التنمية الشاملة.

الغايات الاستراتيجية للجامعة:

الخطة الأكاديمية للسنوات الثلاث(٢٠١٠- ٢٠١٣) والخطة الاستراتيجية للبحث(٢٠١٠- ٢٠١٥)، على أولويات استراتيجية، ومن ثم فإن الأهدجاف البحثية والأهداف الاستراتيجية الأكاديمية للخطتين تسعى إلى تقوية أداء الجامعة وأنشطتها نحو التنمية والتجديد، ومن ثم فإن الموضوعات والأهداف الآتية تمثل الغايات الاستراتيجية للجامعة فى كافة مهماتها:

الموضوع المحورى الأول: التعليم والتعلم:

ويشمل الهدفين الاستراتيجيين الآتيين:

١- تقديم برامج أكاديمية ذات قوة وأهمية استراتيجية.

٢- تحسين التميز التعليمي.

الموضوع المحوري الثاني: التكثيف البحثي:

ويشمل الهدف الاستراتيجي الآتي:

٣- زيادة مستوى البحث العلمي.

الموضوع المحوري الثالث: خبرة الطالب ونجاحه:

ويشمل الهدف الاستراتيجي الآتي:

٤- تقديم خبرات راقية ذات مستوى عال.

الموضوع المحوري الرابع: المجتمع المحلي والمواطنة:

ويشمل هدفين استراتيجين هما:

٥- الارتباط والتلاحم مع المجتمعات المحلية الكثيرة للجامعة.

٦- ترقية التميز الخاص بالجامعة.

الموضوع المحوري الخامس: الاستمرارية المالية والقوة المؤسسية:

ويتضمن الأهداف الاستراتيجية التالية:

٧- بناء نماذج للاستدامة المالية والإدارية للجامعة.

٨- جذب وتعيين والاحتفاظ بأفضل الناس بالجامعة وإدماجها في أنشطتها.

٩- تقوية وتدعيم البنية الأساسية.

وهذه الغايات الاستراتيجية تغطي كافة تطلعات الجامعة من نواحي التعليم والتعلم والبحث العلمي وتزويد الطلاب بخبرات حياتية وعملية، والارتباط بالمجتمعات المحلية وإعداد المواطن العالمي، ثم تدعيم البنية الأساسية المادية والمالية المستمرة للنجاح.

وقد تمت ترجمة هذه الغايات إلى استراتيجيات ومؤشرات للأداء يمكن قياس هذا الأداء وتقويمه في ضوئها، هي:

الغاية الاستراتيجية الأولى:

تقديم برامج أكاديمية في مجالات تتصف بالقوة والأهمية الاستراتيجية

استراتيجيات تحقيق الغاية	مؤشرات الأداء الرئيسة
١- برامج في مجالات ذات أهمية استراتيجية(محددة في الخطة الأكاديمية) وطلب طلابي عالي عليها.	- عدد الطلاب المقيدين والمتخرجين منها. - عدد البرامج الجديدة في المجالات المحددة. - عدد الشهادات الممنوحة في المجالات المحددة.
٢- تطوير التركيز على الدراسات البينية في البحوث والتدريس عن طريق تشكيل البرامج والتكامل بين الكليات.	- أعضاء هيئة التدريس المشتركين من كليات الجامعة وفرق عمل تدريس البرامج. - عدد البرامج المشتركة. - عدد طلاب مرحلة البكالوريوس المقيدين في برامج الدراسات البينية.
٣- التوسع في فرص تمويل الطلاب.	- عدد برامج الدراسات العليا الجديدة. - عدد طلاب الدراسات العليا لكل مشرف. - نسبة الطلاب العاملين للبحوث التطبيقية.
٤- تحسين الالتحاق بالبرامج عن طريق إزالة المعوقات والعقبات.	- نسبة الطلاب الذين يلتحقون بالبرامج. - نسبة الطلاب الذين يدرسون المقررات المطلوبة.

الغاية الاستراتيجية الثانية: تحسين التميز التعليمي والتدريسي:

استراتيجيات تحقيق الغاية	مؤشرات الأداء الرئيسة
١- إقامة نظام جديد للتعليم ودعم التعلم ييسر تبادل الأفكار وتحقيق الجودة العالية للتدريس. ٢- تطوير الرؤية والمبادئ التي يقوم عليها التعليم والتعلم. ٣- توسيع مداخل التعليم المرتكز على الطالب. ٤- ضمان تحديد مخرجات التعلم للمناهج الدراسية على مستوى المقررات والمواد والبرامج.	- نسبة المقررات التي يدرسها عضو هيئة تدريس دائم. - نسبة المقررات ذات مخرجات المُتعلم العالية. - نسبة الطلاب الراضين بقوة عن جودة التدريس بالجامعة.

الغاية الاستراتيجية الثالثة: زيادة القدرات البحثية للجامعة:

استراتيجيات تحقيق الغاية	مؤشرات الأداء الرئيسة
١- إقامة بنية أساسية قوية للأنشطة الدراسية، تشمل الموارد والمصادر والموارد البشرية، والتمويل.	- إجمالى الدولارات التى تنفق لدعم البنية البحثية المشتركة. - معدلات استخدام التسهيلات البحثية. - مؤشرات القدرة البحثية.
٢- تطوير برامج محددة بالاعتماد على الموضوعات البحثية المحددة فى الخطة الاستراتيجية للبحوث، بحيث تكون هذه البرامج معترفاً بها وطنياً وعالمياً.	- إجمالى منح البحوث الخارجية. - إجمالى أعضاء هيئة التدريس المشاركين فى البحوث. - المنشورات، والعروض والكتب والمواقع والمخرجات الأخرى.
٣- ترجمة الأفكار إلى ابتكارات ومشروعات جديدة، وتنمية المشاركات مع الصناعة والقطاع العام.	- إجمالى التمويل الاستراتيجى وتمويل الشركات. - المشاركات البحثية الرسمية الممولة وغير الممولة. - عدد الشركات المشاركة والمستفيدة.

الغاية الاستراتيجية الرابعة: تقديم خبرة طلابية مرموقة:

استراتيجيات تحقيق الغاية	مؤشرات الأداء الرئيسة
١- تطوير مستويات عالية للتحصيل الطلابى	- قبول نسبة عالية من الطلاب. - معدلات عالية لانتهاء الطلاب من الدراسة.
٢- زيادة مستوى المشاركة الطلابية.	- مشاركة الطلاب وفق مقياس موضوعى. - تعلم نشط وتعاوني وفق معدلات NSSE
٣- تحسين خبرات الطلاب.	- النسبة المئوية للطلاب المقيدين فى فرص التعلم التجريبى والخبرى. - البيئة التعليمية الداعمة بالحرم الجامعى وفق NSSE. - مقياس رضا الطلاب وفق CUSE

الغاية الاستراتيجية الخامسة: مشاركة وتضمين مجتمعات الجامعة المحلية العديدة

استراتيجيات تحقيق الغاية	مؤشرات الأداء الرئيسة
١- جعل الجامعة متاحة لأعداد كبيرة من الطلاب.	- عدد ونسبة الطلاب من جماعات مختلفة(الجنسية- الطلاب الدوليين). - عدد الطلاب المقيدين بالبرامج المشتركة. - معدلات التخرج الطلابى من الجماعات المختلفة.
٢- زيادة جوانب قوة الجامعة بتكامل البرامج الأكاديمية والاهتمامات العامة والبرامج غير المؤدية.	- عدد الطلاب المقيدين بالبرامج التى لا تؤدى إلى الحصول على مؤهلات.
٣- تحسين الترابط بين كل حرم من أحرام الجامعة وبيئاته المحلية وتقوية المشاركات الاستراتيجية.	- عدد البرامج الخاصة المقدمة سنوياً.
٤- ضمان إعلام الخريجين ومشاركتهم والاستثمار لمستقبل الجامعة.	
٥- جذب الدعم العام والخاص لأولويات الجامعة.	إجمالى الزيادة السنوية فى تمويل الجامعة.

الغاية الاستراتيجية السادسة: تطوير تميز الجامعة والحفاظ عليه:

استراتيجيات تحقيق الغاية	مؤشرات الأداء الرئيسة
١- وضع خطة اتصالات تسويقية، تفضل الجامعة فى سوق طلابى تنافسى مع دعم مجتمعي.	- حجم التغطية الإعلامية والمطبوعة. - الترتيب القومى للاعتراف بالجامعة وشهرتها.
٢- استخدام موقع الجامعة الباسيفيكى لتطوير التعاون الأكاديمى الدولى.	- عدد الطلاب المقيدين ببرامج التبادل الطلابى. - عدد البرامج التعاونية الثنائية عبر المحيط. - عدد الطلاب المتخرجين فى درجات البرامج الثنائية.
٣- تطوير استدامة بيئية.	- تقرير الكاربون المحايد.

الغاية الاستراتيجية السابعة: بناء نماذج مالية وإدارية مستديمة للجامعة:

استراتيجيات تحقيق الغاية	مؤشرات الأداء الرئيسة
١- وضع خطة للعلاقات الحكومية.	- إتمام وضع خطة علاقات الجامعة بالحكومة. - القيمة السوقية لتمويل الأوقاف. - إجمالى رسوم عائدات الخدمات. - إجمالى تشغيل شبكة الأنشطة، غير المحددة.
٢- ضمان النمو طويل المدى وزيادة الأوقاف.	
٣- توفير الموارد لأولويات الجامعة.	
٤- زيادة عائدات الأنشطة الجامعية المختلفة.	
٥- مراجعة الوحدات الإدارية لضمان الكلفة/ الفاعلية والكفاءة.	

الغاية الاستراتيجية الثامنة: تعيين أفضل الناس والاحتفاظ بهم ومشاركتهم:

استراتيجيات تحقيق الغاية	مؤشرات الأداء الرئيسة
١- تقديم حزمة من المرتبات والمكافآت التنافسية تشمل: الحوافز والمرتبات، والمكافآت وغيرها.	- معدلات دوران الأعضاء. - معدلات الاحتفاظ بالعاملين.
٢- تقديم تحسين للمستقبل المهنى من خلال فرص التعليم والتنمية المهنية والتدريب على الأعمال القيادية.	- عدد الموظفين الذين يتاح لهم ذلك. - الوقت المستغرق للترقى. - الأوضاع الوظيفية للعاملين مقارنة بمؤسسات أخرى.
٣- تقدير الأداء ومكافأة القائمين به من خلال إطار عمل للأداء الإدارى الفعال، والاعتراف المبني على العمل والنشاط.	نسبة العاملين المستمرين، الذين يتم تقويم أداءاتهم.
٤- تطوير بيئة عمل تتسم بالتنوع والدمج والاحترام.	
٥- تطير علاقات قائمة على الإنتاج والتعاون بين مجموعات العاملين.	

الغاية الاستراتيجية التاسعة: تقوية البنية الأساسية:

استراتيجيات تحقيق الغاية	مؤشرات الأداء الرئيسة
١- تطوير خطة استراتيجية لتكنولوجيا المعلومات تدعم أولويات الجامعة.	تاريخ الانتهاء من الخطة.
٢- إدارة وتخفيض نفقات التسهيلات وصيانتها.	الإنفاق على دورة الصيانة.
٣- ضمان أن أماكن التعليم والبحث تلبى احتياجات الطلاب وأعضاء هيئة التدريس.	نسبة الأماكن المستخدمة. نسبة الطلاب الراضين على التسهيلات المستخدمة في الحرم الجامعي.

وعود على بدء نناقش الغايات الاستراتيجية واستراتيجيات تحقيقها، إذ نجد أن الغاية الأولى عن البرامج الأكاديمية ذات القوة والأهمية الاستراتيجية، والغاية الثانية عن تحسين التميز التعليمى والتدريسى من خلال تعلم مرتكز إلى الطلاب واستراتيجيات تعليمية نشطة وفعالة، وفى هذا الإطار فإن الجامعة فى الواقع التطبيقى تساعد طلابها المتفرغين وطلاب التعلم من بعد، والطلاب الكبار على فهم مدى التلاحم والترابط بين الجوانب الأكاديمية الواسعة والاختيارات التعاونية، بما يمكنهم من صياغة مستقبلهم الشخصى وتغيير عالمهم القريب والبعيد.

وتقدم الجامعة، تحقيقاً لذلك درجات علمية ثنائية ومزدوجة تمكن الطلاب من الحصول على درجتين علميتين الأولى من الجامعة والثانية من جامعة أخرى بالخارج، وتشجع برامج المتبادلة الطلاب الدوليين والمحليين من المشاركة فى خبرات متنوعة.

هذا بجانب البرامج البينية ومتعددة التخصصات، مثل بكالوريوس الميكاترونيك وماجستير العلوم فى الدراسات السكانية والصحة العامة، الذى يساعد الحاصلين عليه فى التصدى للمشكلات السكانية الدولية، وهناك الدرجة المزدوجة مع جامعة موناش Monash University، وهى درجة مشتركة بين كلية الآداب والعلوم الاجتماعية بالجامعة وكلية الآداب بجامعة موناش، تتيح الفرص أمام الطلاب للدراسة لدرجتين فى كندا واستراليا، ويختار الطلاب من خلالها التخصص فى الآداب العالمية، والدراسات الكوكبية التى تشمل

التاريخ والعلوم السياسية والعلاقات الدولية والاقتصاد وعلم الاجتماع، من مدخل بينى لأصول العالم المعاصر والتحديات التى تواجه البشرية فى القرن الحادى والعشرين.

وتهتم استراتيجيات التدريس بأن تبنى على خبرات المتعلمين فى التعليم والحياة ونجاحاتهم، منطلقة نحو مجالات عملية وتطبيقية فردية وجماعية، لمساعدتهم على تحويل المعلومات إلى معرفة، والتمكن من المهارات، والمشاركة الفاعلة فى الحياة العقلية والمدنية للجامعة والمجتمع المحلى، وتضم الجامعة مركز التعليم والتعلم، وهو مركز يهتم بتطوير استراتيجيات وطرق التعليم والتعلم والتوجيه والإرشاد التربوى.

وترتبط الغاية الاستراتيجية الرابعة عن تطوير خبرات الطلاب وتميزها باهتمام الجامعة بربط التدريس بالبحث العلمى، وتوفير البنية الأساسية للأنشطة الدراسية والأنشطة الطلابية من خلال خدمات المكتبات الجامعية التى تتيح للطلاب التواصل مع المتخصصين فى المكتبة عبر الإنترنت(Chat) للحصول على إجابات عن الأسئلة والمعلومات ووضع استراتيجيات البحوث والتعيينات وأوراق العمل، كما تتيح الإمكانات المتوافرة حضور ورش العمل، والإفادة من برنامج أن نبحث وأن نجد To seek, To find، من خلال آلة بحث جديدة بالمكتبة، وهذا بجانب مصادر أخرى مثل المراجع عبر الخط، وأدلة البحث والاستقصاء الإلكترونية، التى تخدم الطلاب والباحثين.

أما الغاية الاستراتيجية الثالثة عن زيادة القدرات البحثية للجامعة، فإن هناك سياسات بحثية للجامعة معلنة للطلاب والباحثين، وخطة استراتيجية للبحث العلمى(٢٠١٠- ٢٠١٥). وقد اهتمت الاستراتيجية بتعظيم فرص الابتكار والاكتشاف، وتطوير البحوث التنافسية عالمياً، وغرس التميز من خلال الاستثمار الانتقائى فى مجالات بحثية متقدمة، وتشجيع الاتصال والنشر لنتائج البحوث، وتسهيل التعاون البحثى عبر التخصصات وعبر الحدود، وتعظيم الإفادة من موارد البحوث، ودمج المجتمعات المحلية فى أنشطة البحوث والإفادة من نتائجها.

وتضم كل كلية من كليات الجامعة عدداً من مراكز البحوث والدراسات العلمية فى تخصصات متنوعة، وأما عن التسهيلات البحثية للجامعة، فإنها تشمل تسهيلات منح البحوث،

وضباط اتصال بحوث أعضاء هيئة التدريس والكليات، ومرشدى البحث العلمى، وصندوق أوقاف المجتمع المحلى، الذى يقدم دعماً مالياً لكل بحث تتم الموافقة عليه.

وأما عن الغاية الخامسة عن مشاركة وتضمين المجتمعات المحلية العديدة، فإن تناول خدمات التعلم المبنية على المجتمع المحلى يبين الثراء الكبير للخدمات المقدمة والأجهزة القائمة عليها، هناك خدمات المستقبل المهنى Career Services التى تقدم الإرشاد والتوجيه وورش العمل وأسواق التوظيف للمساعدة على إعداد الطلاب لمستقبلهم العملى، وهناك التعليم التعاونى Cooperative Education يجمع من خلاله الطلاب الدراسة مع العمل، حيث يقضون فصلاً دراسياً فى عمل مدفوع الأجر تساعد الجامعة على إيجاده، والدراسة فى الفصل التالى، بحيث يتخرج الطالب بعد انتهائه من الدراسة، وقد اكتسب معرفة ومهارات عملية واقعية، ومهارات تسويق من خلال العمل لمدة سنة كاملة فى الميدان، وهناك الخدمات التطوعية Volunteer Services، التى تربط الطالب بالمجتمع المحلى، وتساعده على اكتشاف نفسه وإقامة علاقات مع أفراد وبيئات جديدة، يكتسب من خلالها مهارات.

وهناك أيضاً التعليم التعاونى الدولى، ويتيح للطالب السفر والكسب المادى والتعلم، مما يساعدهم على توسيع خبراتهم العملية والحصول على خبرات دولية فى أماكن عمل حقيقية خارجية، فى سوق عمل كوكبى.

كما أن هناك مركز التنمية المستمرة للمجتمع المحلى، وهو المركز الذى يقدم برامج متنوعة منها إدارة الموارد والإدارة البيئية، وبرنامج العلوم البيئية، والتعليم التعاونى وبرنامج التنمية المستمرة. ويهدف المركز إلى تنمية مجهودات التكامل بين الأهداف الاجتماعية والاقتصادية والبيئية وتنمية البيئة المحلية، فى مجالات الإسكان والتعليم والصحة والبيئة والفنون وغيرها.

وتتناول الغاية السادسة تطوير تميز الجامعة والحفاظ عليه من خلال خطط للتواصل والتسويق والعلاقات العامة وجذب طلاب دوليين، والتعاون مع جامعات كندية وخارجية عبر المحيط، ولعل ما سبق تناوله بالنسبة للغايات الأخرى يزيد هذا التميز التعليمى والحثى

والخدمي، كما يحقق الغاية السابعة عن بناء نماذج مالية وإدارية مستمرة ومتطورة، كما يحقق الغاية السابعة عن بناء نماذج مالية وإدارية مستمرة ومتطورة، وتتعلق الغاية التاسعة والأخيرة بتقوية البنية الأساسية التكنولوجية.

وقد اهتمت الجامعة بما تسميه SEE- IT، وهو مبادرة على الشبكة الدولية تستخدم في الاستراتيجية والتخطيط، وإدارة الأداء، والاتصالات، ويمكن الإفادة منه للحكومات والمؤسسات والهيئات غير الهادفة للربح والجامعات.

وسبق أن ذكرنا الاستخدامات المتنوعة لمصادر التعلم عبر المكتبة من خلال بنية تكنولوجية متقدمة.

ومن خلال العرض المقدم عن الجامعة: رؤيتها ورسالتها وأهدافها وغاياتها الاستراتيجية، واستراتيجيات تحقيق كل منها والمؤشرات الموضوعة في مجالات التعليم والبحث والابتكار والخدمة، نجد تكاملاً واضحاً(لكل الجامعة) في تحقيق التنمية الشاملة وطنياً وعالمياً.

أهم المصادر

١- البنك الدولى ومنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية: مراجعات لسياسات التعليم الوطنية، التعليم العالى فى مصر، ٢٠١٠.

٢- جمهورية مصر العربية: موسوعة قانون تنظيم الجامعات ولائحته التنفيذية وفقاً لآخر التعديلات، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، القاهرة، ٢٠٠٦.

٣- على أومليل(محرر): الجامعات الخاصة فى البلدان العربية، منتدى الفكر العربي بالتعاون مع جامعة الأخوين ومؤسسة فريدريك إيبرت، إيفران، الرباط، ١٩٩٥.

٤- منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة: بحث فى سياسات التغيير والنمو فى مجال التعليم العالى، اليونسكو، باريس، ١٩٩٥.

٥- ــــــــــــــــــــ: الإعلان العالمى بشأن التعليم العالى للقرن الحادى والعشرين، الرؤية والعمل، باريس، ١٩٩٨.

٦- ــــــــــــــــــــ: التعلم ذلك الكنز المكنون، أعده جاك ديلور وآخرون، مركز مطبوعات اليونسكو بالقاهرة، القاهرة، ١٩٩٩.

7- Foster, Ralph S., Sauser William I. and Self Donald R(eds): Marketing University Outreach Program, Routledge, U.S.A, 1994.

8- Martin, Michaela: The Uneasy Public Policy Triangle in Higher Education(Quality, Diversity and Budgetary Efficiency), Gale, Cengage Learning, U.S.A, 2008.

9- Simon Fraser University: SFU Strategic Research Plan, 2010-2015, SFU.

10- ....: Institutional Accountability Plan and Report, 2010/ 11- 2012/ 13, SFU, Canada, July, 2010.

11- ....: Centre For Sustainable Community Development, SFU, Canada, 2010.

12- ....: University Planning Framework, SFU, Canada, June, 2010.

13- ....: President`s Agenda 2010/11, SFU, Canada, 2010.

14- ....: Community- Based Learning, SFU, Canada, 2011.

15- ....: Academic Programs and Research, SFU, Canada, 2010.

16- UNESCO: 2009 World Conference on Higher Education, The New Dynamics of Higher Education and Research for Societal Change and Development, Unesco, Paris, July 2009.

الفصل الثانى
دور البحث العلمى الجامعى فى خدمة المجتمع

مقدمة:

دعنا نتفق على أن الجامعة مؤسسة تربوية تعليمية أنشأها المجتمع . وهى بحسبانها مؤسسة تربوية فإنها بالضرورة مؤسسة تنموية ، انطلاقا من كون التربية عملية تنمية ، تنمية للفرد وتنمية للمجتمع ، كما أن الجامعة باعتبارها أعلى المؤسسات التربوية التعليمية فى سلم التعليم عند البعض ، أو الشجرة التعليمية ، كما يرى البعض الآخر فإنها ينبغى إن تنشغل بالمعرفة وتطبيقاتها . إنها منتج للمعرفة وموظف لها .

ومع انتهاء عصر كان يظن فيه جدارة العلم للعلم والمعرفة للمعرفة ، فأن هذه المعرفة التى تنتجها الجامعة ، ينبغى أن تكون نتاج البحث Research ، كما أن تطبيقها ينبغى أن يوجه لخدمة المجتمع وتنميته حتى يشعر المجتمع بأن هناك عائداً تنموياً من إنشائه لهذه الجامعة .

ومن هنا فإن الحديث عن وظائف ثلاث للجامعة ، هى إعداد القوى البشرية المتخصصة والبحث العلمى وخدمة المجتمع ، يعزل الوظائف الجامعة بعضها عن بعض ولا يحقق التكامل بينها ، ويكفى أن نذكر أن خدمة المجتمع ينبغى أن تكون الأساس فى نسيج العمل الجامعى ، إذ إن إعداد المتخصصين هو خدمة للمجتمع ، متى تم وفق معايير ومستويات سليمة وبما يحقق التنمية الحقيقية للفرد ، كما أن القيام بالبحث العلمى لا يتم فى المطلق أو الفراغ لأن هذا البحث العلمى ينبغى أن يوجه إلى التنمية بمفهومها الواسع ، تنمية البيئة المحلية وتنمية المجتمع الكبير ، وتنمية العالم فى عصر عولمى .

وبالمثل فإن الوظيفة الثانية عن البحث العلمى وظيفة موجهة لترقية المتعلم والمجتمع بمعنى واسع . إذ لا جدوى من تقديم برامج تعليمية للطلاب لا يكون لها ظهير من بحث علمى ينميها ويطورها ، بل ويحدثها باستمرار . ولا جدوى كذلك من خدمة المجتمع دون

منظور علمى أساسه البحث والدراسة وفق منهجيات علمية معترف بها . وإلا فإن خدمة البيئة وتنمية المجتمع لن تكون سوى مجهودات عشوائية ، تعتمد أساساً على المحاولة والخطأ :

ولذلك فإن البحث العلمى الموجه لخدمة البيئة المحلية والمجتمع وطنيا وعالميا بما ينطوى عليه من إنتاج للمعرفة وتوظيفها يمثل الظهير الأساسى لفلسفة الجامعة .

وقد اهتمت المجتمعات المتقدمة – كما يرى ألتباتش Altbach– بالنظر إلى الجامعات باعتبارها مؤسسات كبرى ، ذلك أنها لا تقدم فقط التعليم التقليدى اللازم للاقتصادات القائمة على التكنولوجيا ، ولكنها أيضا أهم المراكز البحثية والتجديدية فى جميع الميادين ، وهى بذلك مكون أساسى فى جميع المجتمعات الحديثة .

والجامعات فضلاً عن ذلك مسهمات أساسيات فى المعرفة العالمية ، مؤكدة على أن المجتمع على وعى بما يحدث فى عالم العلم والبحث المتزايد كونيا، وهى أيضاً تقوم بدور رئيس فى المجتمع بتقديم البحوث عن أحداثه الماضية ، ومجالات التنمية المجتمعية الراهنة ، واللازمة وبخاصة للبلاد التى تقطع أشواطا كبيرة فى التغيير الاجتماعى والاقتصادى .

والجامعات كمجتمعات أكاديمية تقدم المتخصصين والعلماء المتميزين والباحثين والمفكرين ، هؤلاء الذين يشكلون القاعدة المعرفية للمجتمع ، ومن خلال خبراتهم يقومون بدور حاسم فى المجتمع . ويضاف إلى ما تقدم الدور والأهمية السياسية للجامعات ، ليس فقط بإعداد الصفوة وتدريبهم ولكن أيضا بتعليم المعارضين .

وخلاصة القول إن الجامعات مصدر الأفكار ، ولابد أن تكون ذات جوهر متميز كمؤسسات معتمدة على المعرفة ، وذات تأثير على المجتمعات التى تمر بفترات عصيبة من التحول ، كما هى الحال فى المجتمعات الآخذة فى طريق النمو أو البلاد الصناعية الجديدة .

والجامعات فى ذات الوقت يمكن أن تكون مؤسسات مثيرة للجدل ودافعة إليه ، وبخاصة فى المجتمعات التى تمر بتحولات ، بما تحتضنه من أفكار سياسية معارضة . إذ إن الأساتذة من خلال تدريسهم وكتاباتهم يقدمون منظورات بديلة ، تبنى عليها عقائد وأيديولوجيات جديدة .

كما أن طلابها يمكن أن ينخرطوا فى أنشطة سياسية مؤيدة ، وأحياناً معارضة للحكومات . وقد تسبب الأفكار والأفعال الصادرة عن الجامعات متاعب للحكومات ، لكنها تكون ذات جدوى كبيرة للمجتمع ، على أساس أنها كثيرا ما تمثل مقدمات للتجديد والتحديث والتطوير .

وقد يمثل ذلك شكلاً من الصراع بين الجامعات والسلطات الحاكمة ، ولكن يرد على ذلك بأن ما تقدمه الدول من تمويل فى معظم بلاد العالم للجامعات يمثل المصدر الرئيسى لها ، له عائده الواضح نتيجة إسهام الجامعة بفكر أعضائها ودراساتهم والبحوث التى يقومون بها طلابا وأعضاء هيئة لخدمة المجتمع.

وإدراكا لأهمية الجامعات ودورها أنشأت البلاد العربية جامعات عديدة ، وتوسعت فى التعليم الجامعى . ولم تغفل التشريعات الجامعية فى أقطار الوطن العربى أهمية البحث العلمى وتوجيهه لخدمة المجتمع .

وقد نص قانون تنظيم الجامعات فى مصر على أن " الجامعة معقل للفكر الإنسانى فى أرفع مستوياته ، ومصدر للاستثمار وتنمية الثروة البشرية ، وبعث الحضارة العربية والتراث التاريخى للشعب المصرى ، ومراعاة المستوى الرفيع للتربية الدينية والخلقية والوطنية ، وتوثيق الروابط الثقافية والعلمية مع الجامعات والهيئات العلمية والعربية والأجنبية، ولذلك تهدف إلى :

١- توجيه التعليم الجامعى والبحث العلمى لخدمة المجتمع والارتقاء به حضارياً
٢- رقى الفكر وتقدم العلم ، وتنمية القيم الإنسانية .
٣- تزويد البلاد بالمتخصصين والفنيين والخبراء .
٤- إعداد الإنسان المزود بأصول المعرفة وطرق البحث المتقدمة ، والقيم الرفيعة للمساهمة فى بناء مجتمعه ، ووضع مستقبل الوطن وخدمة الإنسان " .

ورغم ذلك لم ينشئ القانون أو اللائحة التنفيذية له منذ صدوره عام ١٩٧٢ آلية لتنفيذ توجيه التعليم الجامعى والبحث العلمى لخدمة المجتمع وتطويره .

واستمرت الحال على ما هى عليه حتى عام ١٩٩٤ عندما تم تعديل القانون باستحداث منصب نائب رئيس الجامعة لخدمة البيئة وتنمية المجتمع ، وإنشاء مجلس على مستوى الجامعة لهذا الغرض تحددت اختصاصاته فى عدة أمور يعنينا منها ما يلى : –

١– دراسة واقتراح السياسة العامة والخطط والبرامج التى تكفل تحقيق دور الجامعة فى خدمة المجتمع وتنمية البيئة .
٢– دراسة مشاكل النشاط الإنتاجى ودور الخدمات ومواقع العمل فى البيئة ، ودور البحث العلمى التطبيقى فى حلها .
٣– دراسة واقتراح السياسة العامة لإنشاء وإدارة الوحدات ذات الطابع الخاص التى تقدم خدماتها لغير الطلاب .
٤– دراسة واقتراح السياسة العامة لإعداد وتنفيذ برامج تدريب أفراد المجتمع على استخدام الأساليب العلمية والفنية الحديثة وتعليمهم ورفع كفاءتهم الإنتاجية فى شتى المجالات.

ورغم أن هذه الاختصاصات تخدم البيئة والمجتمع ، وتقيم هذه الخدمة على أساس البحوث العلمية التطبيقية ، إلا أن أمر البحوث العلمية وشئون الدراسات العليا بقيت من اختصاصات نائب رئيس الجامعة للدراسات العليا والبحوث والمجلس المختص بها ، الذى يضع السياسة العامة لهذه الدراسات العليا والبحوث فى الجامعة والتنسيق بينها فى كليات الجامعة .

كما نصت الوثائق الرسمية بالمملكة العربية السعودية على أن من أهداف التعليم العالى :–

١– تنمية عقيدة الولاء لله سبحانه وتعالى ، وتزويد الطالب بالثقافة الإسلامية .
٢– إعداد مواطنين أكفاء ومؤهلين علمياً وفكرياً لأداء واجباتهم فى خدمة بلادهم .
٣– القيام بدور إيجابى فى ميدان البحث العلمى الذى يسهم فى التقدم العالمى فى الآداب والعلوم والمخترعات ، وإيجاد حلول عملية لمتطلبات الحياة والاتجاهات التقنية.

وهكذا يظهر أن التشريع قد اهتم بتوجيه البحث لخدمة المجتمع وحل مشكلاته والارتقاء به ، لكن دون وجود آليات لتحقيق هذا الهدف ووضعه موضع التنفيذ .

ونص قرار تنظيم الدراسات العليا والبحث العلمى فى الجامعات والمعاهد العليا فى ليبيا على الاهتمام بما يلى :-

١- ترسيخ قاعدة البحث العلمى فى مراكز البحوث العلمية والجامعات والمعاهد العليا

٢- بناء قوة علمية لمجابهة تحديات العصر .

٣- القيام بالدراسات والبحوث العلمية والفنية اللازمة لتطوير وتقدم المجتمع .

٤- دراسة المشكلات ذات الأبعاد المحلية والعربية والعالمية ، وتقديم الحلول الناجحة لها .

٥- تقديم المعرفة الإنسانية الحقيقية فى كافة المجالات العلمية لخدمة المجتمع والمساهمة فى تطوير وتنمية قدراته.

هذه مجرد أمثلة تبين أن سياسات التعليم فى البلاد العربية قد أدركت دور البحث العلمى فى حل مشكلات المجتمع وخدمته والارتقاء به .

المشكلة :

تشير العديد من الدراسات إلى وجود فجوة بين البحث العلمى بعامة والبحث الجامعى بخاصة فى البلاد العربية وبين المجتمع الذى توجد فيه الجامعة ، المجتمع المحلى والوطن والمجتمع العالمى ، فى عصر يسمى فيه العالم بالقرية الكونية الصغيرة .

وترجع المشكلة فى رأى البعض إلى أن ما تقدمه الجامعات العربية من تسهيلات وإمكانيات لتمكين أعضاء هيئة التدريس من القيام بالبحث العلمى أمر يتفاوت بين كلية وأخرى وبين جامعة وأخرى داخل البلد الواحد وبين بلد وآخر . إذ دلت دراسات ميدانية فى خمس بلدان عربية هى الجزائر والسعودية والكويت والأردن واليمن لتقييم البيئة العلمية فى الجامعات عن تفاوت كبير فى المدى الذى توفر فيه الجامعات تلك التسهيلات والإمكانيات .

كما أن الحوافز التى تقدمها مؤسسات الدولة أو المؤسسات الخاصة خارج الجامعات لتشجيع البحث العلمى محدودة وقليلة، أى أن الأزمة هنا تتمثل فى خلل فى العرض والظروف المحيطة به والطلب على البحث العلمى كنتاج علمى وتقنى يخرج من الجامعات

ويستعمل فى قطاعات الإنتاج والخدمات محدود للغاية ، حيث تتوجه أغلب مؤسسات الدولة حكومية وخاصة فى البلاد العربية فى تلبية احتياجاتها من المعارف والتقنيات اللازمة للإنتاج والخدمات إلى جهات غير الجامعات ، بل وإلى جهات خارج البلاد العربية .

ثمة رأى يؤيد ما سبق بأن أحد أسباب عدم اهتمام الحكومات العربية بالبحث العلمى أن كل شئ يشترى جاهزاً سواء من آليات أو من أفكار ، وبالتالى فإن الطلب على البحث العلمى غير متوافر.

إن الأزمة هنا أزمة طلب ، مجتمع يلجأ إلى ما يسمى (التكنولوجيا تسليم المفتاح) ويستوردها من الخارج .

وترجع الأسباب بالنسبة لإحدى البلاد العربية إلى عدم توافر التجهيزات اللازمة أو وجودها تحت سيطرة سلطة إدارية تحول دون حرية البحث العلمى . مع تقييد حرية النشر ، أو انشغال عضو هيئة التدريس بما يحيط به من ضغوط مادية.

وأما الوضع فى إحدى البلاد العربية الأخرى فيشير إلى أنه بنظرة عابرة يلاحظ أن الجامعات والمعاهد العليا لا تزال بعيدة عن أن تقوم بدورها الحقيقى فى خدمة المجتمع . ويعود ذلك إلى أسباب متعددة يقع بعضها فى إطار الجامعة نفسها وتكوينها ، ويقع بعضها الآخر خارج نطاق المؤسسة الجامعية إذ البحث العلمى فى الجامعات لا يزال فى طفولته المبكرة كما ونوعاً لا يستطيع أن يقنع المجتمع بأهميته وفائدته.

أما فى دولة عربية أخرى فإن أهم أولويات الجامعة تتمثل فى توجيه الطلاب نحو التخصصات والمعارف ذات الطبيعة المهنية ، من أجل تلبية الحاجات التنموية الملحة للمجتمع ولازال الهدف الأساسى للجامعة هو إعداد أكبر عدد من الكوادر للمساهمة فى إدارة أجهزة ومؤسسات الدولة . وطغى هذا الاهتمام الوظيفى على سائر الوظائف العلمية والبحثية والثقافية الأخرى.

وبالرغم من توفر مقومات البحث العلمى فى جامعات بلد عربى آخر فإن نتاج البحث العلمى ما يزال محدوداً جداً ، بسبب عدم وجود ميزانيات تدعم عملية البحث العلمى

الفردى أو الجماعى . بالإضافة إلى أن هذه البحوث قد لا تكون من أولويات واهتمامات الأساتذة ، بسبب تزايد الأعباء التدريسية فى مرحلة البكالوريوس ، والحاجة إلى توفير المعامل والمختبرات والتوسع فى المكتبات الجامعية.

وإذا كان التعليم الجامعى فى دولة عربية كبيرة ، يقوم بإعداد الباحثين ، فإن هذا الإعداد يوجه إليه النقد الكثير . كما أن العلاقات المؤسسية بين الجامعات والتطوير والتنمية الاجتماعية ليست ذات فاعلية ملحوظة ، ولا تسهم أيضا في عمليات صنع القرار واتخاذه على النحو السليم.

وتظهر المشكلة بشكل أكبر إذا تبين أن تمويل المؤسسات الصناعية جميعها لحركة البحث والتطوير من قيمة إنتاجها لا يتعدى٠,٠٢% فى الوقت الذى تصل فيه فى دولة من دول العالم الثالث كالهند إلى أكثر من ١,٥ % ، وتتعدى ٢,٥ % فى اليابان والولايات المتحدة الأمريكية هذا ، وقد نص قانون الجامعات فى مصر الصادر عام ١٩٧٢ على إنشاء وحدات ذات طابع خاص كما ذكرنا من قبل ، إلا أنه يلاحظ أن وظيفة خدمة الجامعة للمجتمع قد جاءت متأخرة ، إذ إن استحداث وظائف قيادية كنائب لرئيس كل جامعة لخدمة المجتمع لم يصدر بها قانون إلا فى التسعينات ، وأجاز القانون (ولم يجعل الأمر واجبا) تعيين وكيل للكلية لهذا الشأن . ويضاف إلى ذلك أن العائد التنموى للوحدات لا يتمشى مع عددها وأنشطتها ، بجانب أن القيام بالبحوث التطبيقية فيها لا يشملها جميعاً.

إن مؤسسات التعليم العالى ، ومنها الجامعات بالطبع ، فى أحد البلدان العربية موجهة بصورة خاصة نحو التعليم أكثر منه نحو تعزيز البحث العلمى . وقد أدى هذا إلى ضآلة عدد البحوث فى مختلف الميادين ، وبخاصة فى مجالات العلوم البحتة والتطبيقية مقارنة مع البحوث فى مجالات العلوم الإنسانية والاجتماعية . كما أن البحث العلمى فى أكبر الجامعات مسألة فردية ملقاة على عاتق الأساتذة وغالباً ما يقوم أعضاء هيئة التدريس بالبحوث من أجل الترقية إلى وظيفة أعلى.

وخلاصة القول إنه رغم أن البحث العلمى مع تطوير المجتمع وخدمتـه مـن أهـم وأبرز أهداف الجامعات العربية ، إلا أنه – البحث العلمى من ناحيـة ، وتوجيهـه لخدمـة المجتمع من ناحية أخرى – يمر بأزمة حقيقية من نواحى :

١- قصور البنية الأساسية من مبان وتجهيزات ومعامل وورش ومكتبات .

٢- قصور كبير فى التمويل المخصص للبحث العلمى في البلاد العربية ، بلغ ٠,٧٥ % من إجمالى الناتج القومى عام ١٩٩٠ ، تنفق منه نسبة كبيرة على الأجور بلغت فى مصـر ٧٦% فى الوقت الذى لا تزيد فيه هذه النسبة في الدول المتقدمة عن ٢٠%.

٣- انصراف معظم أعضاء هيئة التدريس عـن البحـوث العلميـة التطويريـة والتطبيقيـة والجماعية بسبب انشغالهم بالتدريس ، واهتمامهم بالبحوث اللازمة للترقية إلـى وظيفـة أعلى .

٤- انخفاض نسبة عدد العلماء إلى المواطنين ، وهى فى البلاد العربية ٢٠٥علماء إلى كـل مليون من السكان ، مقابل ٣٥٠٠عالم فى اليابان.

٥- إهمال التدريب على البحث العلمى ودراسة مناهجه وتطبيقها فى الجامعـات العربيـة ، وتدنى مستوى التعليم الجامعى العالى ، والأولى .

٦- ضعف قنوات الاتصال بين الجامعات ومجتمعاتها .

٧- عزوف المجتمع والبيئة عن طلب البحث العلمى ، نتائجه ومقترحاته ، واللجوء اليه ، إما بسبب الجهل بأهميته ، وإما بالحصول على التكنولوجيا الجاهزة ، وإما بطلبه من خارج الجامعة وربما من خارج المجتمع .

و يهمنا هنا أن نذكر أن هناك غياباً لدور الجامعة فى البحوث العلمية من ناحية ، وغياباً لدورها فى خدمة المجتمع وتنميته وفق دراسات علمية . إنها لا تستطيع أن تقـوم ببحـوث التطوير ، مستفيدة من كشوف البحث العلمى ومنميه له ، ولا تستطيع حل مشكلات الإنتـاج وزيادته وتحسينه ، وإكسابه ميزات تنافسية .

وهى فضلاً عن ذلك لا تستطيع البحث الجاد فـى الأمـور الدينيـة والاجتماعيـة والسياسية والاقتصادية، لتكون مصدر تنوير وتثقيف وتنمية للمجتمع .

ثمة أسئلة عديدة تحتاج إلى إجابات عنها ، منها :

١- ما أبرز التحديات التى تحتم تغيير مفهوم الجامعة نحو إنتاج المعرفة وتطبيقها علمياً لخدمة المجتمع ؟

٢- ما الصلة بين البحث العلمى بالجامعات وسياسات التطوير والتنمية ؟

٣- ما أساس فكرة الامتداد الجامعى وربط البحوث بالتطوير وحل المشكلات ؟

٤- إلى أى مدى نجحت بلاد متقدمة وبلاد آخذة فى النمو فى توجيه البحث العلمى بالجامعات لخدمة المجتمع ؟

٥- كيف يمكن للجامعات العربية أن تتبنى مفهوماً يؤكد دور البحث العلمى فى خدمة المجتمع؟

وللإجابة عن هذه الأسئلة يتم تناول هذا الموضوع وفق المحاور الآتية :

أولاً : التحديات التى تواجه التعليم الجامعى ، للإجابة عن السؤال الأول .

ثانياً : الصلة بين البحث العلمى بالجامعات وسياسات التطوير والتنمية ، للإجابة عن السؤال الثانى .

ثالثاً : فكرة الامتداد الجامعى وربط البحث بالتطوير ، للإجابة عن السؤال الثالث .

رابعاً: خبرات أجنبية فى مجال توجيه البحث العلمى بالجامعات لتنمية المجتمع ، للإجابة عن السؤال الرابع .

خامساً : نحو مفهوم للجامعة يؤكد على دور البحث العلمى فى التنمية وتطوير المجتمع وخدمته ، للإجابة عن السؤال الخامس .

ونتناول فيما يلى من صفحات هذه المحاور بتفصيل .

أولاً : التحديات التى تواجه التعليم الجامعى

تواجه البلاد العربية تحديات عديدة خارجية وداخلية ، تؤثر على هذه البلاد ، وتؤثر بالتالى على جامعاتها . كما تتطلب من هذه الجامعات أداء مختلفاً وتطويراً مستمراً ، يجعلها مرتبطة بمجتمعاتها وبيئاتها ، ومساهمة فى تطويرها لا تعيش منعزلة فى أبراج عاجية . بل توجه ما تتوصل إليه من معارف لتحقيق تقدم فى كافة مناحى الحياة . ومن أبرز هذه التحديات ما يلى :

١- العولمة وتجلياتها :

و " العولمة " أو " الكوكبة " مصطلح ظهر وانتشر حديثا ، وبخاصة بعد سقوط النظام العالمى ذى القطبين بانهيار الاتحاد السوفيتى وتربع الولايات المتحدة على قمة العالم مهيمنة على السياسات الدولية والاقتصاد العالمى وإعلامه .

ثمة رأى بأنه لا توجد عولمة واحدة ، وإنما هناك عولمات متعددة ، فهناك :

أ - العولمة السياسية :

وتركز العولمة السياسية على التعددية والديمقراطية ، وحقوق الإنسان ، ونبذ نظم الحكم الشمولية ، ومشاركة الشعب فى سياسات بلده رسماً وتنفيذا .

ب- العولمة الاقتصادية :

وتقوم العولمة الاقتصادية على الحرية التجارية ، وحرية انتقال الأفراد ، وفتح الأسواق ، وملكية رأس المال الخاص والمشروعات الخاصة ، والمنافسة الاقتصادية ثم التكتلات الاقتصادية الدولية العملاقة .

ج- العولمة الثقافية :

وتؤسس هذه العولمة على الثقافة الإنسانية العالمية ، التى هى واقعياً الثقافة الأمريكية بما تحمله من غزو فكرى وثقافى أمريكى يسعى لطمس الهويات الثقافية المحلية . والعولمة فى حقيقتها تسييد لسياسات الدول الغربية ، وفى القمة منها - أو هى وحدها - سياسات الولايات المتحدة الأمريكية وهيمنتها الاقتصادية و السياسية والثقافية .

ويضاف إلى ما تقدم أن المشكلات المختلفة التى يعتقد أنها تخص بلداً معيناً أو مجموعة من البلاد صارت الآن مشكلات عالمية ، أو هى بالأحرى قد عولمت Globalized ، وترتب على ذلك تعقدها وتشعب جذورها .

ومن ثم فإن البشرية تواجه مشكلات لا يمكن حلها في إطار سياسات منعزلة أو انعزالية ، إن ثمة سياق جديد ونشيط New and Stimulated Context .

٢- التقدم العلمي والفني :

وهناك اليوم ثورة علمية متسارعة نتيجة الاكتشافات الجديدة ، والتقدم الهائل في العلوم وما يتوصل أليه العلماء من نظريات وقوانين جديدة .

والعالم ينتقل الآن بالتكنولوجيا – ومعها – من تكنولوجيا ترادف ما اخترع من آلات ومعدات وأدوات كتطبيق لمعارف علمية نظرية ، إلى مفهوم جديد للتكنولوجيا تعني تطبيق المعرفة النظرية العلمية في مختلف ميادين الحياة بدءا من الآلة الحديدية إلى الإدارة والتربية والتعليم .

والتكنولوجيا الآن في البيت وفي المدرسة والشارع والمصنع ووسائل الإعلام والنادي وغيرها . بل إن التكنولوجيا صارت اليوم أسلوب تفكير وعمل وتغلب على المشكلات ، بل وتجنب الوقوع في المشكلات والأزمات .

ويشهد العالم اليوم ثورة تكنولوجية .. فهناك ثورة في تكنولوجيا الصناعة والزراعة والتكنولوجيا الحيوية والبتروكيماويات وغيرها . وما تزال البلاد العربية تشترى التكنولوجيا ، التكنولوجيا تسليم المفتاح كما يسمونها . بمعنى عدم وجود دور عربي في هذه التكنولوجيا لا في أساسها المعرفي العلمي ، ولا في جانبها التطبيقي والتنفيذي .

٣- ثورة المعرفة والمعلومات :

وترتبط هذه الثورة بثورة التكنولوجيا ، بل إن ثورة المعرفة هي أساس التقدم التكنولوجي ، وتأتي ثورة المعلومات والإعلام والاتصال لتكون نتاجا لثورة التكنولوجيا وإضافة لها . إنها نتاج لها بما تعتمد عليه من أدوات وأجهزة ووسائط وهي إضافة لها بما يقدم من خلالها من برامج .

ونلاحظ جميعا تضاعف إنتاج المعرفي ، إذ تهتم مؤسسات البحوث والتعليم بإنتاج المعرفة في وقت تناسينا نحن فيه ذلك .

وهذا الفيض المعرفى الغزير المتدفق والمتزايد ، الذى ضاقت فيه الفترة بين موجاته يحتاج إلى الملاحقة فهماً وهضماً وتمثيلاً وتمهيداً لإنتاج الجديد منه إسهاما فى مجالات إنتاج معرفى عالمى .

وقد ترتب على ثورة المعرفة وتدفقها بغزارة أن صارت المعرفة تجارة لها عائدها ومردودها العالى المتزايد أكثر من الإنتاج المادى المتمثل فى الأجهزة والمعدات التى تستخدمها . كما أن ثورة الاتصالات – أجهزة وسائط من ناحية ، وبرامج ومضمون من ناحية أخرى – حققت ما يطلق عليه القرية الكونية ، وقربت المسافات ، وجعلت العالم يعيش حدثا واحداً أيا كان مكانه.

ونشهد فى عالمنا اليوم أفراد وشركات ودول تحقق من تجارة المعرفة والمعلومات ثروات طائلة ، ومستوى اقتصاديا متميزاً ؛ هناك (بيل جيتس) وشركات الاتصال ، وهناك دول نامية تحقق دخولا كبيرة من البرامج التى تنتجها مثل الهند .

كما نشهد فى عالم اليوم هيمنة إعلامية دفعت بلاداً عربية لتعظيم قدراتها الإعلامية ، وعلى رأسها مصر . وطبيعى أن الإنتاج المعرفى وإدارة ثورة الاتصال أجهزة وبرامج يحتاج إلى إنسان أحسن إعداده وتكوينه تكوينا لا يتوقف عند مجرد تخرجه من التعليم النظامى .

ويحتاج الإسهام العربى فى مجال ثورات العلم والتكنولوجيا والمعلومات والاتصالات إلى تربية مستمرة ، يكون للتعليم الجامعى فيها دوره المتميز ، ويكون ذا اهتمام واضح بالبحث العلمى الموجه إلى الاكتشافات العلمية الجديدة الداعمة للتوجه العلمى والتقنى المتميز، ولأن " العقل البشرى هو قوام الثورة التكنولوجية الراهنة ، لذا فإن مواجهة التطور تستلزم بالدرجة الأولى استثمارا رئيسيا فى التعليم ، وفى تطوير المهارات البشرية وتنمية كوادر وقدرات إنسانية تستطيع التعامل مع نتائج هذه الثورة .

وإذا كان للمعرفة وما يرتبط بها من ثورة علمية وتكنولوجية فى تشكيل بيئة النظام الدولى وطبيعة التفاعلات الدولية ، فإنه لابد من التأكيد على حقيقة أن المنافسة الاقتصادية

التى هى أساس لأنماط التنافس بين الدول الكبرى فى النظام الدولى تستند إلى قدرة المعرفة البشرية على الإنتاج والخلق والإبداع والقدرة على الدخول إلى مجالات جديدة .

ومن ثم فإن الجامعات مطالبة بمواكبة التطور الهائل فى العلم والتكنولوجيا والاتساق بينها وبين احتياجات المجتمع ، وأن يعاد النظر فى التعليم الجامعى شكلاً ومضموناً بحيث يصير قادراً على الاستجابة للظروف والمعطيات الجديدة ".

٤- التوجه الديمقراطى :

وهناك فى عالم اليوم ضغوط خارجية للسير فى طريق التعددية السياسية والأخذ بنظم الحكم الديمقراطى ، وما يستتبع ذلك من سريان هذا التيار الجديد إلى كافة مناحى الحياة ، بما فيها التعليم ، وعلى رأسه التعليم الجامعى .

وتواجه الجامعات دعوات نحو فتح أبوابها أمام كافة أبناء المجتمع وزيادة فرص تعليم النساء ، وإتاحة الفرص أمام الفئات المحرومة وعدم وضع قيود أمام الأقليات ، بمعنى الأخذ بسياسة الباب المفتوح والتوسع فى التعليم الجامعى .

وتقوم الجامعات بدور واضح فى تنمية الديمقراطية والوعى السياسى والحفاظ على هذا التوجه وتربية الشباب للمواطنة الديمقراطية .

٥- الهيمنة الدولية والصراع العربى الإسرائيلى :

إذ إنه مع بزوغ نظام عالمى جديد تهيمن عليه – إلى حد الآن – قوة عظمى واحدة ، فإن الاطماع قد زادت ، والرغبة قد تحولت إلى العلن والسفور لإعادة تشكيل العالم ، ورسم خريطة جديدة للمنطقة العربية بما يحقق استراتيجيات الولايات المتحدة الأمريكية .

ويمثل الصراع العربى الإسرائيلى تحدياً كبيراً يواجه الوطن العربى كله ، وهذا التحدى لن ينتهى ، حتى وإن وقع العرب وإسرائيل اتفاق سلام . إنه صراع حضارى يأخذ الشكل السياسى والاقتصادى والعلمى والثقافى أيضاً .

نحن أمام عدو لن يكون صديقا أبدا (هكذا يقول القرآن الكريم) ونحن أيضاً نرى أن هذا العدو يحقق تفوقا علينا فرادى فى المجالات الإعلامية ، فصوته مسموع فى العالم

الذى تقول عليه العالم المتقدم ، وقوته مفروضه علينا لا يراعى أبسط قواعد الإنسانية ، ويمارس إرهاب الدولة .

وإذ أردنا أن نبني قوتنا ، فإن مدخلنا الأساسى تربية ذات جودة وتعليم جامعى متميز يعد المواطن الواعى المستنير القادر على بناء أمة قادرة على تحدى الصعاب وإثبات الوجود.

٦- تحدى التنمية :

ونحن بلا شك قد هيمن علينا التخلف لعوامل وظروف وتاريخ معروف ويأخذ هذا التخلف مظاهر متنوعة .. فهناك التحدى السكانى إذ يمثل سكان العالم العربى مشكلة كبيرة لبلادهم من نواح متعددة ؛ ناحية الزيادة السكانية ومعدلاتها ، إذ أن معدل نمو لسكان فى البلاد العربية ٢,٥ % فى حين أن المتوسط العالمى حوالى ١,٧ % وهناك بلاد عربية تحقق معدلات نمو عالية منها مصر ولبنان والأردن والبحرين . ويضاف إلى ذلك ارتفاع متوسط الكثافة السكانية فى بعض البلاد العربية ، وانخفاضها فى بلاد أخرى . إلا أن الدول العربية ذات المعدلات المتزايدة فى السكان والأعداد الكبيرة تعانى من ارتفاع متوسط الكثافة السكانية وبخاصة منها البلاد التى تعيش فى جزء من أراضيها مثل مصر التى يبلغ عدد سكانها ربع سكان البلاد العربية ويعيش سكانها فى ٤ – ٥ % من مساحة مصر .

وتبلغ المشكلة السكانية أوجها من تدنى نوعية السكان صحة وتعليما ، فالخصائص السكانية تمثل تحديا خطيرا يعوق التنمية والتقدم . وهناك تحدى محدودية فرص العمل المتاحة أمام التزايد السكانى العالي ، وتزايد مخرجات التعليم بعد نشره وتعميمه .

وتعتبر البطالة – وبخاصة بطالة العاملين – من المشكلات الكبيرة التى يسأل عنها التعليم وتسأل عنها سياسات التنمية البشرية . وهناك أيضاً ضعف إسهام المرأة فى الحياة وسوق العمل . والمرأة العربية لا تزال تواجه نظرة فحواها أنها درجة ثانية . وهذه هى النظرة إلى المرأة فى بلاد دين غالبيتها الإسلام الذى أعلى من مكانة المرأة وقدرتها كإنسانة وإبنة وأم وأخت ومواطنة .

كما أن هناك انخفاض كفاءة التعليم ، ويأخذ انخفاض كفاءة التعليم صورا متنوعة ، منها أن كثيرا من نظم التعليم تشكو من تدني مستوى المناهج ، وتدني مستوى المعلم ، ومشكلات المباني المدرسية ، ومشكلات التعليم داخل المدارس ، ثم تدني مستوى الخريجين .

ثم هناك تحدى الديمقراطية .. حقيقة خطت بلاد عربية خطوات كبيرة نحو التعددية الحزبية ، وإشراك المواطنين في رسم السياسات ونزاهة الانتخابات . إلا أننا لا نزال في جميع البلاد العربية في بداية الطريق ، ولا تزال هناك حاجة إلى خطوات أخرى هامة وأساسية لتعميم الديمقراطية باعتبارها أساسا للتنمية .

ونختم بتحد آخر هو تحدى النمو الاقتصادى . ورغم وجود تباينات في معدلات النمو الاقتصادى في البلاد العربية إلا أن الدول الأكثر سكانا ينخفض فيها هذا المعدل . كما أن هناك عوامل أخرى أسهمت في وجود مشكلات اقتصادية أثرت على النمو والتنمية في بلاد شهدت نمواً اقتصاديا ، منها حروب الخليج وإسهامات البلاد العربية الخليجية في تكلفتها وتكلفة القوات الأجنبية الموجودة بها وتذبذب أو تدني أسعار البترول ، ثم هناك ضعف الإنتاج الصناعي كما وكيفا ، والاعتماد على استيراد المنتجات الزراعية ، وضعف التصدير بالتالي .

وتحقيق التنمية يحتاج إلى قاعدة علمية قوية ، وبحوث علمية موجهة إلى التنمية ، وبحوث تطبيقية توجه إلى حل مشكلات المختلفة التي تعوق التنمية وهكذا تظهر أهمية توجيه البحث العلمي لتطوير المجتمع وتنمية .

٧- نزيف العقول أو الأدمغة البشرية :

ويلاحظ أن البلاد النامية ، بما فيها البلاد العربية لا يسود فيها المناخ الجاذب للعقول المتميزة من أبنائها ، مما دفع الكثيرين مهم إلى ترك بلادهم والاستقرار في الدول العربية ، في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية .

إن ثمة حاجة لتحسين هذا المناخ ، وتطوير الإمكانات العلمية وسياسات قومية لتشجيع وعودة هذه العقول إلى بلادها ، ومشاركتها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، متخذة من العلم وتطبيقه وسائل للتطوير .

٨- تعليم القرن الحادى والعشرين :

وإذا كان التعليم العربى بعامة يفتقر إلى الكفاءة فإن التعليم للقرن الحادى والعشرين وعلى رأسه التعليم الجامعى ينبغى أن يكون تعليما متميزاً يتاح للجميع دون تمييز . إن القرن الحادى والعشرين ربما يكون أكثر القرون التى شهدت تغيرات جذرية فى كافة المجالات ويكفى أن نذكر أننا بدأنا وأننا فى الطريق إلى أن :

أ - تصبح المهن جميعا مع اختلافها أكثر تعقيداً نتيجة صبغها بلا استثناء بالتكنولوجيا.

ب- يسعى الأفراد إلى خلق فرص عمل لأنفسهم بجانب فرص العمل التى يشغلونها ليوفروا لأسرهم حاجتهم المتزايدة وتحقيق الرفاهية . وهذه الأعمال الجديدة قد لا تكون فى أماكن العمل التقليدية .

ج- تتزايد حاجات الأفراد لأن يكونوا على دراية بالثقافات الأخرى وحضارات الغير وتعلم اللغات الأجنبية واستخدامها بإتقان ، ومجالات الإدارة والاقتصاد والسياسة.

د- تتزايد صعوبة الحياة فى مجالات متنوعة ، تشمل العمال والرياضة وربما فى الأسرة بدون مهارات الحاسب الآلى .

هـ- ندرك صعوبة الانغلاق على الذات فى عالم التكتلات والمنافسات ، والاعتماد المتبادل .

وإذا كان الأمر كذلك - وهو بالفعل كذلك - فإن تعليم القرن الحادى والعشرين ينبغى أن يلبى احتياجات المتعلمين والمجتمع ويواجه التحديات . تعليم يبنى على - وينهل من ويقدم - العلم والتكنولوجيا ، والكمبيوتر ، واللغات ، والحضارة الوطنية والقومية والعالمية ، والدين والأديان الأخرى والقيم ومهارات الحياة وتحسينها ، والعمل والمهن والإبداع وحل المشكلات ، والحياة ومجتمع إنتاج المعرفة .

ورغم اعتماد التعليم على كل ما تقدم ، وتقديمه للجميع ، فإن ثمة مهارات ضرورية لتعليم القرن الحادى والعشرين تتطلب من المتعلم إتقانها ، منها : مهارات الحياة ومهارات العمل ، ومهارات التعلم الذاتى والمستقل والمستمر ، ومسئوليات شئون الأسرة وتكوينها وتنميتها ، ومسئوليات المواطنة ، والمسئوليات الحياتية والإسهام فى التنمية من نواحى الفهم ،

والنهوض بواجباتها والاستمتاع بإنجازاتها . هذا مع تعميق الوعى الحضارى بتشرب أصالة الأمة وعقائدها وتراثها الفكرى ، والإسهام فى تقدمها والإلمام بخصائص الحضارة المعاصرة محلياً وعالمياً ، وتنمية المواقف العقلانية .

وتعليم بغير هذا يعنى الأمية إذ لن تقف الأمية عند حدود الأمية الأبجدية أو الأمية الوظيفية . كما أن مثل هذا التعليم يحتاج إلى تكوين Formation مستمر مدى الحياة ويصعب الاكتفاء بالتعليم المدرسى لتقديمه مع تعقد المهارات وتطورها .

إن الأمر يحتاج إلى تعليم جامعى متميز أساسه البحث العلمى والاكتشاف وتوظيف المعرفة الجديدة توظيفاً خلاقاً وبناءً .

٩- حاجة الجامعات إلى الملاءمة :

وتواجه الجامعات مع غيرها من مؤسسات التعليم العالى طلبا يتزايد باستمرار ورغبة اجتماعية جارفة فى إتاحة الفرص جماهيرياً للالتحاق به . ومن هنا وجب أن تتضمن الملاءمة ، ديمقراطية الانتفاع به والمزيد من إمكانيات المشاركة وعلاقته بعالم العمل ، ومسئولياته تجاه النظام التعليمى كله . وكذلك ، وبخاصة أيضاً المشاركة فى البحث عن حلول للمشكلات الملحة للمجتمع ، وهنا يأتى دور البحث العلمى الجامعى الموجه للتنمية وتحديث المجتمع .

١٠- الجودة وتقويمها :

وينبغى أن تقترن المطالبة بزيادة ملاءمة التعليم الجامعى بالاهتمام العام بتحسين نوعيته . والجودة أمر يرتبط بجميع الوظائف والأنشطة المتنوعة للجامعات ، إنها تشمل التعليم والتدريب والبحوث العلمية .

وهذا يعنى أن نوعية العاملين من أعضاء هيئة تدريس وإداريين وبرامج التعليم والبحث ونوعية التعليم باعتباره نتيجة مرتبطة بالتعليم والبحوث ، ينبغى أن تتصف بالجودة .

ويتضمن مفهوم الجودة والنوعية الاهتمام بالمدخلات من طلاب وبنى وبيئة أكاديمية ، كما يتضمن الاهتمام بالعمليات التعليمية والبحثية والمخرجات وقياس أدائها .

ويرتبط بالجودة التأكيد علي توافر عدد من القيم والمفاهيم الأساسية وتطبيقها ، ومنها التخطيط العلمي ، والإتقان ، والنظرة العلمية لاستشراف المستقبل ، والعمل الفريقى التعاونى ، والمنافسة الشريفة ، والنقد الذاتى وتقبل الرأى الآخر .

ويتوج هذا كله بالالتزام النظمى Organisational Committment ، الذى يعنى أن النسق وجد ليستمر ويبقى ، وأن الكل يشعر بالولاء والالتزام نحوه لا نحو رئيسه ، وأن السلوك لا يتغير بتغير رئيس المنظمة .

١١- الإدارة الجامعية بالتشارك :

ولما كان التعليم بعامة قضية جماهيرية وأمراً مجتمعياً فإنه ينبغى أن تقوم إدارته.على أساس تقاسم المسئوليات Sharing Of Responsibilties بين جميع المشاركين من داخل الجامعات ومن خارجها .

وهذا يتطلب أولا مشاركة جميع المستفيدين من أعضاء هيئة تدريس وباحثيه وطلاب وهيئة إدارية وغيرهم، كما يتطلب أولا وثانياً أيضا مشاركة خارجية تقوم على التعددية Multiplicity تتضمن المؤسسات التجارية الإنتاجية والخدمية ، والسلطات المحلية ، ومؤسسات البحث العلمى .

إن ثمة حاجة ملحة تصل إلى درجة التحدى لأن توثق الجامعات صلاتها بعالم الاقتصاد من صناعة وزراعة وتجارة وخدمات ، وقطاعات المجتمع الأخرى ، على ألا تمس هذه الصلات أو التشاركيات استقلال الجامعة .

وتظهر مشكلة تمويل الجامعات باعتبارها من أبرز المشكلات والتحديات التى تواجهها ، والتى يمكن حلها فى إطار المشاركة ، على أن يكون هناك توازن بين استقلال الجامعة Autonomy ، والمحاسبة Accoountability يعتبران التمويل المرتبط بالأداء Performance related Financing أساس تحقيق هذا التوازن .

١٢- التعاون المحلى والدولى :

والأخذ بمبدأ التشاركية وتقاسم المسئوليات يمكن أن يحقق التعاون المحلى ويزداد هذا التعاون إذا تبنت الجامعات فلسفة تعتبر أنها مؤسسات موجهة لخدمة مجتمعاتها بالتعليم والبحث والتثقيف ..

ويندرج تحت ذلك تجويد التعليم والتدريب ، والاهتمام بالبحث العلمى فى إنتاج المعرفة وتطبيقاتها من خلال البحوث الأساسية والتطبيقية والإنمائية ونشر هذه المعرفة للتنوير والتثقيف وخدمة المجتمع .

وتبرز هنا أيضا أهمية التعاون الدولى باعتباره أساساً لتقدم التعليم الجامعى وبخاصة فى البلاد النامية . إذ يتيح هذا التعاون إيقاف نزيف هجرة العقول من الجنوب إلى الشمال ، حيث يسمح بالانتقال السريع للمعرفة والتكنولوجيا ، وتوفير الحوافز لبقاء العقول فى بلادها .

ويتطلب تحقيق ذلك إدراك المنظمات الدولية ، وجامعات البلاد المتقدمة لحاجة البلاد النامية إلى تحسين جامعاتها ، ومساعدتها على حل مشكلاتها ومواجهة الصعوبات التى تواجهها الجامعات بها . واعتبار أن هذا التعاون أداة رئيسية لتحقيق التنمية.

إن هذه التحديات جميعا تتطلب سياسات واعية لمواجهتها تهتم بأن تنظر الجامعات إلى نفسها ، مهاماً ووظائف نظرة مختلفة عما قال به الكاردينال جون هنرى نيومان بأن وظيفة الجامعة المثالية هى البحث عن المعرفة لذاتها فقط.

كما أن جامعات اليوم ، وبخاصة فى البلاد النامية – ينبغى أن تدرك أن على رأس مهامها وأولوياتها استخدام المعرفة التى تتوصل إليها بالبحث العلمى من أجل تعظيم ما هو قائم من ماديات وتحقيق السعادة والراحة للإنسان . وأنه إذا كان المجتمع والجامعة ينظران للتعليم الجامعى على أنه مصدر المعرفة المتجددة ، فإن عليهما معاً النظر إليه على أنه مصدر تدريب العقول الشابة ونشر المعرفة ، واتخاذها السبيل إلى خدمة المجتمع .

إن ثمة حاجة ملحة لأن تنتقل الجامعات بعيداً عن تقاليدها القديمة القائمة على البحث لذاته ، إلى البحث من أجل خدمة المجتمع وتنميته.

ثانياً : البحث العلمى بالجامعات وسياسات التطوير والتنمية

مقدمة :

لفظ الجامعة (University) فى اللغة الإنجليزية ، (université) فى اللغة الفرنسية مشتق من الكلمة اللاتينية(Universitas) ، التى تعنى الاتحاد ، وهو ما كان يضم الأسر ذات النفوذ القوى فى المجالات السياسية . واستخدم المصطلح بعد ذلك ليدل على التجمع الذى يضم الأساتذة والطلاب ، وهو الأمر الذى جعله مرادفا لمصطلح النقابة Guild ، كاتحاد للمشتغلين بالأمور العلمية من الأساتذة والدارسين كذلك ، وقد وضعت هذه الاتحادات معايير للتعليم ، كما استخدمت امتحانات صعبة لضمان تميز دارسيها .

وتجئ الترجمة العربية للفظ الأجنبى الإنجليزى أو الفرنسى (الجامعة) لتدل على المفهوم اللغوى للفظ الجامعة باللغة العربية ، باعتباره مشتقاً من فعل (جمع) ، ولتدل على مفهوم (التجمع) ، التجمع الذى تقوم عليه الجامعة للأساتذة والطلاب ، وللتخصصات العلمية التى تمثلها الأقسام الأكاديمية والمعاهد والكليات . وكذلك اجتماع (التعليم) و (البحث) فى مكان واحد .

وتميزت الجامعات فى بداية ظهورها بتلقائية الصلة بين الطلاب والأساتذة ، وكان قوام هذه الصلة النشاط الفكرى وفهم المعرفة والانفتاحية .

كما اتسمت أيضاً باهتمامها بالعلم من أجل العلم ، وكان النموذج الفرنسى التقليدى هو النموذج الذى ساد عدة مجتمعات ، مع نشأة الجامعة فى باريس فى القرن الثالث عشر .

وقد أخذت معظم الجامعات العربية بهذه التوجه . ويشار هنا إلى أن الجامعة الأهلية فى مصر ، التى أسست عام ١٩٠٨ ، قد نصت مذكرة إنشائها على أن " نظام التعليم فى مصر فيه فروع كثيرة تشمل الحقوق والطب والرياضيات من أجل اكتساب المعيشة منها ، وأن هذا قصد تافه ، ولاشك فى أن وظيفة الجامعة أسمى من هذه الغاية ، فهدفها حمل أرباب البصيرة على طلب (العلم لمجرد العلم) ".

وهذا يوضح أن العلم الذى يدرس بالجامعة هو غاية فى ذاته ، وليس وسيلة لخدمة أبناء المجتمع ، أو المجتمع نفسه .

ويظهر فى المقابل نموذج آخر للجامعة ، هو نموذج الجامعة الألمانية ، الذى يعتبر تعديلاً للنموذج الأكاديمى لجامعات الغرب ، ففى منتصف القرن التاسع عشر ، ظهر نمـــوذج الجامعة لبناء الأمة The University for Nation Building ، وقد قـدمت لمؤسســـات التعليم العالى فى ظل قيادة هامبولدت Humboldt موارد عديدة من الحكومة لتتولى مسئولية القيام بالبحوث الهادفة إلى التنمية القومية والتصـــنيع ، وتـــؤدى دوراً أساســياً فـــى تحديـــد أيديولوجية الأمة الألمانية الجديدة . وبذلك صار البحث مكوناً أساسياً متكاملاً فى بنية الجامعة الألمانية .

وقد أخذ المصلحون الأمريكيون هذه التجديدات الألمانية ونقلوها إلى التعليم العـــالى الأمريكى كله مؤكدين على العلاقة بين الجامعة والمجتمع ، عن طريق تبنى مفهوم الخدمـــة Service والروابط المباشرة مع الصناعة والزراعة وغيرها ، ومكرسة جهودهـــا البحثيـــة للتطوير والتحديث.

وبذلك صارت الجامعات مؤسسات ذات جذور راسخة فى التربة الوطنيـــة تغـــذيها وتنميها وتتفاعل معها .

ولم يقف الأمر عند هذا الحد من توجيه البحث العلمى لخدمـــة المجتمـــع والتنميـــة البشرية بل إن هناك حسب تصنيف كارنيجى لمؤسسات التعلـيم العـــالى جامعـــة البحـــوث Research Universities ، وتتركز مهمة هذه الجامعات فى البحوث العلمية ، وإن كانت لا تغفل مهمتها التعليمية . ويتميز هذا النمط من الجامعات بوجود عدد من مراكز البحوث بهـــا تدعم التخصصات التعليمية بها وتدعمها هذه التخصصات فى ذات الوقت ، وتعمل على إنتاج المعرفة وتوظيفها.

وإذا أضفنا إلى ما تقدم جامعات المؤسســـات Corporate Universities وهـــى جامعات أسستها منظمات ومؤسسات للأعمال الصناعية والتجارية ترتبط بها ارتباطاً عضوياً من حيث البرامج الدراسية ، ودعم أنشطة المؤسسات المنشئة لها وتحقيـــق اســـتراتيجياتها ،

وتنفيذ برامج تدريبية عالية المستوى للعاملين بالشركة أو المؤسسة وعملائها ومن تتعاقد معه أيضاً، وبالطبع فإن مثل هذا العائد الذى ينتج عن التعليم والتدريب والبحوث التى تقوم بها الجامعات يدعم المجتمع وينميه .

وهناك أيضاً الجامعات التكنولوجية أو ما يطلق عليه المعاهد التكنولوجية على غرار معهد ماساشوستس للتكنولوجيا Massachusetts Institute of Technology ، وهو فى حقيقته جامعة كبيرة تضم تخصصات فى العلوم الطبيعية والطبية والهندسية والاجتماعية ، وتهتم بإنتاج المعارف وتطبيقاتها فى المجالات الحياتية ، وتوجيه بحوثها لدراسة المشكلات والأزمات وعلاجها ، إنه جامعة تقوم على البحث العلمى التطبيقى وتركز على ضمان الدعم الفيدرالى للبحوث ، والتعاقد مع المؤسسات المختلفة للقيام ببحوث ممولة من هذه المؤسسات على مستوى الولايات المتحدة وجميع أنحاء العالم.

ويتسم التعليم الجامعى بخاصية تنوع الخدمات الأكاديمية التى يقدمها للمجتمع ، بما يشكل أفضل تعبير عن مدى ملاءمته وجدواه ، وينبغى أن يتمثل الهدف فى زيادة قدرته على الاستجابة لمقتضيات الحياة والمشكلات التى تواجه البشرية واحتياجات الحياة الاقتصادية والثقافية ، وزيادة درجة ملاءمته فيما يتعلق بمشكلات منطقة أو بلد أو مجتمع ما .

وترى اليونسكو أن صياغة سياسة وطنية ومؤسسية للتعليم الجامعى فيما يتعلق بمهامه ووظائفه تعنى التطرق إلى أسئلة أساسية يمكن إيجازها فى سؤال محورى ، هو :

ما دور التعليم الجامعى فى المجتمع ؟ ، من حيث :

- إسهامه فى التغيير الاجتماعى الاقتصادى
- مساعدته على تحقيق تنمية بشرية مستديمة
- إسهامه فى تنظيم المجتمع الحديث
- مشاركته فى الجهود الرامية للحد من الفقر وحماية البيئة ودعم الرعاية الصحية وتعزيز مبادئ المجتمع المدنى وتطوير مستويات وأشكال التعليم .
- استجابته للتغيرات فى عالم العمل .
- المساعدة فى تكوين ثقافة مدنية للتصدى للتحديات.

ثمة مسلمات رئيسية عن دور الجامعات ورسالتها باعتبارها من أرقى مؤسسات التعليم العالى ، منها أنه لا يمكن أن تحقق رسالتها وتؤدى وظائفها وتصل إلى أهدافها كمؤسسات أنشأها المجتمع تسعى إلى خدمته دون أن تقوم بإجراء بحوث علمية تتصل بقضايا المجتمع الإيكولوجية والسياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية ، المجتمع بمفهومه الواسع : المجتمع المحلى ، والوطن ، بل والعالم أيضا .

والبحث العلمى فى الجامعات كوظيفة من وظائفها يميزها عن غيرها من أنواع التعليم ومؤسساته الأخرى ومستوياته . إذ بدونه تصير الجامعة مدرسة ثانوية على أكثر تقدير . وتظهر أهمية البحث العلمى واضحة فى لأسباب عديدة ، منها أنه :

- مصدر أساسى لاكتساب أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم الأفكار والمعارف والنظريات والمهارات فى مجالات العلوم والتكنولوجيا .
- أساس تقدم الأداء التعليمي للجامعة . إذ إن البحث العلمى أساس لترقية التعليم وتجديده وتحديثه ، وإثرائه .
- يسهم فى تطوير الخدمات التى تقدمها الجامعة لطلابها وغير طلابها . إذ يجعلها ترسم وتخطط على أساس علمى مدروس .
- يمكن الجامعة من أن تعيد النظر فى بنيتها وتنظيمها ، بما يثيره من قضايا تحتم تعاون أكثر من تخصص فى دراستها وحلها ، وما ينشأ عن ذلك من دراسات بينية ودراسات تضم العديد من التخصصات . الأمر الذى يكامل بين التخصصات المختلفة ويزيل الحواجز والحدود بينها .
- يبرز مسئولية الجامعة فى تطوير مراحل التعليم ومستوياته الأخرى ، ذلك أن تطوير هذا التعليم من نواحى بنيته الأساسية ومناهجه وأساليب التعليم ، ومواد التعليم ووسائطها ، وطرق التقويم التربوى ، تبنى عن طريق أعضاء الجامعات
- أساس التنمية المهنية لأعضاء هيئة التدريس والمعاونين والإداريين فى نفس الوقت . وإذا أضفنا إلى كل ما سبق أن البحث العلمى يعتبر أساساً خدمة للمجتمع.
- وتنميته من منطلق عملى وعلمى . منطلق عملى يقوم على أن الجامعة مؤسسة إجتماعية ومنظومة صغرى من منظومات المجتمع ، ينفق عليها من ماله ،

وينبغى أن تعود عليه بالخير والنماء فى إطار ما يسمى بالكلفة والعائد ، كما أن البحث العلمى لخدمة المجتمع يمثل مصدر دخل إضافي للجامعة . إن ثمة منطلقاً علمياً يقول بأن قضايا البيئة والمجتمع لا يمكن حلها حلا سليماً دون بحث علمى ، وأن هذا البحث العلمى السليم مكانه الجامعة أكثر من المؤسسات البحثية خارجها . ومن هنا وجب أن تقوم الجامعة بدورها فى دراسة قضايا المجتمع وتقديم بدائل لحلها على أسس علمية .

وإذا ما تم الاتفاق على كل ما سبق والموافقة عليه فإن البحث العلمى يمثل سمة رئيسية للجامعة ووظيفة رئيسية لها ، بل ويشكل أساس فلسفة التعليم الجامعى الذى يخدم مجتمعه ، بما يعنيه ذلك من اعتبار البحث العلمى منطلق التنمية ، تنمية شاملة ومستديمة .

ومع ذلك فإن هناك آراء عديدة تعبر عن محدودية مدى وفاعلية الاتصال بين المنظرين والباحثين من ناحية وصانعى السياسات والممارسين من ناحية أخرى ، رغم أن هناك حاجة لاستخدام صانع القرار المتزايد للبحوث .

ويقرر جنزبرج وجورستياجا Ginsburg and Gorstiaga أن هناك ثلاثة نماذج لاستخدام المعرفة الناتجة عن البحوث فى عمليات صنع القرار للإصلاح والتطوير هى:

١- النموذج الأول ، الذى يستخدم كثيرا فى تقويم استخدام البحوث ، هو النموذج الوسلى Instrumental أو الأداتى ؛ بمعنى الاستخدام المباشر للبحث فى صناعة القرارات، وهو يتضمن :

أ – المعرفة المقودة Knowledge -driven ، (البحث الأساسى ← البحث التطبيقى ← التطوير ← التطبيق) .

ب – حل المشكلة Problem - Solving ، (ظهور المشكلات ← وجود بحوث سابقة عن المشكلة أو القيام ببحوث لسد الفجوة ← تحديد الحلول) .

٢- النموذج الثانى ، وهو النموذج الإداركى Concptual فى استخدام المعارف أو نواتج البحوث ، ويشمل هذا النموذج شكلين ، يؤديان معاً إلى الانتباه إلى انتشار أكبر ، وعملية صعبة وغير محددة ، وهما :

أ- التفاعلى Interactive ، حيث تستخدم نتائج البحوث مع الخبـرة السـابقة والآراء المختلفة فى عملية غير خطية لصناعة القرار .

ب- التنورEnlightenment حيث تنشر المفاهيم والمنظورات النظرية ونتائج البحوث فى المجتمع وتشكل توجهات صانعى القرار والممارسين .

٣- النموذج الثالث ، وهو النموذج الاستراتيجى Strategic فى استخدام نتائج البحوث . وهو يصور العملية على أنها الإشارة إلى نتائج البحوث لدعم الموقـف المرتبطـة بالسياسة ، ويأخذ هذا النموذج ثلاثة أشكال ، هى :

أ – الشكل السياسى Political ، حيث تستخدم نتائج البحوث انتقائيا لتقديم الدعـم إلى موقف سبق ، له علاقة بالسياسة أو تطبيق القرار .

ب- الشكل التكتيكى Tactical ، ويشيـــر إلى أن البحث الذى تقرر يستخدم لدعم مصداقية صانعى السياسة أو الممارسين .

ج- الشكل التقدمى أو الارتقائى Promotional ، إذ تخدم أنشطة البحوث لرفـــع مستوى أداء السياسات وتنفيذ القرارات .

وترى آن كليمبرر Anne Klemperer وزميلاها أن فكرة كـون البحـوث تفـي مباشرة فى عمليات السياسة واتخاذ القرارات يثور حولها جدل كبير ، فقد كتـب الكثيـرون حول الاختلافات بين السياق والثقافات التى ينتج فيها البحث وتلك التى تصنع فيها السياسات.

وقد أشار كثيرون أيضاً إلى الطرق غير المباشرة التى يستفيد فيها صانعو السياسات من نتائج البحوث ، وحاولوا أن يكتشفوا السبل المعقدة لفهم العلاقات بين الباحثين وصـانعى السياسات ويصفونها . وتقرر كليمبرر وزميلاها أن العلاقة بين صـنع السياسـة وسياسـة البحوث تشبه الرقص فى الظلام Dancing in the Dark حيث لا يرى الراقصون تمامـا بعضهم البعض ، فالحركات مركبة ، وتؤثر البيئة على الرقص .

وهم يرون أن هناك نظريات مختلفة لعمليات السياسة ، باعتبار أن السياسـة هـى السعى من أجل تحقيق أهداف محددة بوسائل محددة . كما أن هذه الأهداف من شأنها أن تحل مشكلات معينة . وأنه فى إطار هذه الأهداف يمكن تحديد المشكلة باعتبارها التنـاقض بـين الموقف المثالى المراد الوصول إليه أو تحقيقه ، والموقف الحقيقى أو الواقعى المعاشى .

وبذلك فإن السياسة ، أو تنفيذ الطرق ، تستخدم لتغيير الموقف من الحقيقة والواقع إلى المثال أو النموذج . ومن وجهة نظر الهدف الرشيد فإن عملية السياسة يمكن النظر إليها على أنها تتكون من ثلاث مراحل متصلة ببعضها بطريقة خطية هي :

١- المرحلة الأولى:

هي مرحلة التصميم . ويتم في هذه المرحلة تحليل المشكلة وتحديدها للوقوف على عناصر الموقف الراهن وجوانبه والعوامل المؤثرة على المشكلة ويقوم صانعو السياسات بالنظر إلى أدوات السياسة لتحديد المراحل التي يمكن بها حل المشكلة .

وهناك متخصصون عديدون يمكن أن يقوموا معاً بالعمل في هذه المرحلة ، هم صانعو السياسة ، والباحثون ، وممثلون لهيئات مختلفة ومستشارون ومهتمون .

٢- المرحلة الثانية:

وهي مرحلة التقرير أو القرار ، حيث يقوم صانعو السياسة ورجال السياسة بتقرير أي مدخل يستخدم لحل المشكلة . كما يتم اختيار الوسائل التي يمكن تطبيقها.

٣- المرحلة الثالثة:

وهي مرحلة تنفيذ السياسة ، وتتضمن ليس فقط تنفيذ السياسة بل ومتابعة التنفيذ أيضاً . كما تتضمن الخطوات التي تتم في هذه المرحلة لتفعيل الوسائل ، ومنها اختيار أو إنشاء تنظيم لتفعيل الوسائل ووضع الأطر القانونية وتوفير التمويل ، وفتح قنوات الاتصال .

ويضم الفريق الذي يتولى هذه المرحلة عاملين بالأجهزة الحكومية التنفيذية ، وهيئات التقويم وغيرهم .وهناك من يرون أهمية ودور البحوث في علمية التقويم في هذه العمليات جميعها . وتتساءل كليمبرر وزميلاها عن الطرق التي تستخدم فيها البحُوث . ويجيبون عن ذلك استناداً إلى كارول ويس Carol Weiss بأن هناك ثلاثة أنواع مختلفة من البحوث ، هي :

١- بحوث حل المشكلات Problem Solving Research . وتستخدم لإيجار الوسيلة السياسية السليمة المناسبة لموقف محدد ، حيث تساعد البحوث على توضيح الموقف والتأثير المباشر على قرارات السياسة التي تتخذ.

٢- الاستخدامات السياسية للبحوث Political Uses of Research ، وهى تشير على العكس إلى المواقف التى تستخدم فيها البحوث لاستعراض الآراء التى تم التوصل إليها ، والنتائج التى لا تلائم التوجه السياسى ويتم تجاهلها فى هذه البحوث .

٣- استخدام البحوث للتنوير Research Used For Enlightening ، وهى تشير إلى الطرق التى تقدم فيها البحوث أفكارا للتعميم ، أو تلك التى يمكن أن تساعد فى عملية تشكيل الأفكار أو تعقل المشكلة . وهذا النوع من البحوث يقدم معلومات أو يساعد على تحديد المشكلة أكثر من تقديم حلول لها .

ثمة نقد يوجه إلى هذا النموذج على أنه نموذج ساكن Static و نموذج خطى ، من منطلق أن عملية السياسة فى حقيقتها عملية متداخلة مستمرة تجمع بين التصميم والتقرير والتنفيذ ، وهى عملية تخضع لتأثيرات داخلية وخارجية بل ومقاومات أيضاً . وهنا فإن الهدف وحده لا يحكم عمليات السياسات ، بل هناك عوامل وقوى حاكمة أخرى .

ويتناول لوريل بوشنر Laurel Puchner الفجوة بين البحث والسياسة والممارسة ويذكر أن هناك اتهاما موجها للباحثين فحواه أنهم يركزون على موضوعات محدودة تهمهم ، على حين أن صانعى السياسات والممارسين يريدون حلولا آنية يمكنهم تطبيقها فى مواقف محددة لإزالة عقبات قائمة بالفعل .

كما ينتقد الباحثون على أساس أنهم يهتمون بالتوصل إلى توصيات عامة ويسعون إلى إرضاء غيرهم من الباحثين أكثر من الممارسين وصانعى السياسات .

وترى بوشنر أنه من استعراض الأدبيات هناك ثلاثة أنماط لحل مشكلة الصراع أو الفجوة القائمة بين الباحثين والمطورين هى :

١- النمط الأول ، ويتمثل فى تغيير البحوث التى تجرى لتلائم احتياجات صانع السياسة والممارس . وهنا يعتبر الباحثون أنفسهم منتجين ينبغى أن يلبوا احتياجات عملائهم وزبائنهم . وبناء على ذلك ينبغى إشراك صانع السياسة والإدارى فى تحديد المشكلة والبحث عن حلول لها .

٢- النمط الثانى ، ويتضمن تغيير كيفية نشر المعلومات الخاصة بالبحوث بما يجعلها سهلة التناول من نقبل صانعى السياسات والممارسين ، ويتم ذلك عن طريق تلخيص نتائج البحوث وترجمتها بشكل مفهوم وقابل للتطبيق .

٣- النمط الثالث ، ويبنى على افتراض مؤداه أنه من غير الواقعى للبحوث أن تعلم مباشرة صانع السياسة والممارس الذى يحكمه توجه سياسى . ويمكن بدلا من ذلك تعديل طرق تفكيرهم والتأثير على أفعالهم المستقبلية بطرق غير مباشرة .

ثمة رأى آخر يؤكد على أن الأمر أمر اختلاف ثقافى بين الباحث والممارس داخل المجتمع الواحد يرجع إلى التعليم والمستوى الذى وصل إليه كل منهما فيه وخلفيته الأيدلوجية ومعتقداته ، كما يظهر أكثر إذا كان الباحث من مجتمع متقدم أو ينتمى إلى فكر وعقيدة مخالفة للمجتمع الذى توجد فيه المشكلة.

ويحدد جينزبرج وزميله ستة مداخل لتسهيل الاتصال وتيسير الترابط بين الباحثين والمنظرين من ناحية وصانعى السياسة والمطورين أو الممارسين من ناحية أخرى ، وهذه المداخل هى :

١- الترجمة / أو الوساطة Tranlation / Mediation ، بمعنى تسهيل انتقال نتائج البحوث من الباحثين إلى الممارسين والمطورين . وهنا يمكن أن يكون هناك من يقوم بتجسيد الفجوة بين الطرفين .

٢- التربية Education ، عن طريق إعداد الأفراد من باحثين ومطورين وتربيتهم على الاتصال الجيد بعضهم البعض . وقد يتطلب ذلك التزام الباحثين بأن يكونوا فعالين فى صياغة نتائج البحوث بلغة مفهومة وجعلها قابلة للتطبيق ، ونشرها وعرضها من خلال وسائل الاتصال على أن يلتزم المطورون من ناحية أخرى بالرجوع إلى نتائج البحوث . إن العملية هنا عملية تربية والتزام خلقى مهنى فى نفس الوقت .

٣- توسيع الدور Role Expansion ، ويتم من خلال إزالة الحواجز والحدود بين أنشطة العمل للمجموعتين ، الباحثين والمطورين . وهذا يتضمن اهتمام المطورين والمنفذين بأنشطة البحوث كجزء من مسئولياتهم ، وفى نفس الوقت انخراط الباحثين فى أمور التنفيذ وممارسة عملية التطوير .

٤- البحوث الموجهة للقرار Decision – Oriented Research وهذا المدخل يمثل تحدياً للتقسيم التقليدى للعمل بين الباحثين والمنفذين ، ويؤكد على الاتصال ذى الاتجاهين وتيسير الحوار بين الفريقين . وهذه البحوث هى البحوث التطبيقية .

٥- بحث الفعل التعاونى Collaborative - Action Research : وهذا المدخل يحقق التقارب بين الباحثين والممارسين ، ويقيم حواراً علمياً تطبيقياً بينهم . وهو يقيم علاقات عمل هادفة إلى دراسة المشكلة أو حلها فى إطار تعاونى يجمع المنظرين والمطبقين .

٦- البحث الجماعى والتدريب Collective Research and Praxis ، وهذا المدخل يساعد كلا الفريقين على توسيع أدوارهما التقليدية ، ويسهم فى خلق حوار فعال بينهم يركز على أنشطة البناء النظرى والبحث من ناحية ، وأنشطة التطبيق للتطوير والإصلاح من ناحية أخرى .

وقد يتم فى إطار هذا المدخل حماية الباحثين لعملهم مع غير المهنيين مثل الدارسين أو أعضاء المجتمع المحلى منخرطين فيما هو نظرى وما هو تطبيقى ، بما يزيل الحواجز بين النظرية والتطبيق ويسهم فى حوار بناء بين المهتمين بالتطوير من الفريقين وغيرهم.

ثالثاً : فكرة الامتداد الجامعى وربط البحث بالتطوير

ولما كانت الجامعة مؤسسة أنشأها المجتمع أساساً لتعليم أبنائه وتثقيفهم ، فإنها وإنه يبغيان منها أن تنهض ببيئتها وتنمى مجتمعها . وإدراكا من رواد التعليم لدور الجامعة التنموى والتثقيفى بدأت جامعات عديدة منذ أمد بعيد فى تعليم الكبار ، وعقد ندوات ، وتنظيم محاضرات للجمهور إلى أن أخذت الجامعات البريطانية بفكرة الخروج بخدماتها من الحرم الجامعى إلى المجتمع .

وهنا ظهر مصطلح الامتداد الجامعى Unirersity Extension ، الذى تبنته الجامعات فى المملكة المتحدة .

واعتبرت الجامعات فى البداية أن تعليمها للطلاب غير المنتظمين وامتحاناتهم ، وتقديم مقررات ومحاضرات خارج حرمها أو لغير طلابها Unirersity Extension Course / Lecture هو نوع من الامتداد .

ثم أخذ التوسع فى المفهوم والممارسة عندما قامت الجامعات بخدمات تعليمية موسعة ، كدلالة على توسيع أو امتداد خدماتها التعليمية إلى أكبر عدد من المواطنين عن طريق الدروس الليلية والدراسة بالمراسلة ، وغيرها.

وقامت الجامعات بعد ذلك بتقديم نشاطات جامعية لخدمة المجتمع لا تقتصر على التعليم ، بل تعدته إلى التثقيف والخدمات الطبية والهندسية ثم إلى دراسة مشكلات المجتمع دراسة علمية، تقوم على البحث العلمى لإيجاد حلول لها وتطبيق هذه الحلول .

والامتداد أو التوسع الجامعى مفهوم وفكر ينظر إلى الجامعة ودورها كمركز للتطوير والإشعاع ، يعتبر نقطة انطلاق إلى المحيط الخارجى يسعى إلى ربط الجامعة بالبيئة والمجتمع ، بما يتبناه من برامج وما تضعه من خطط لأنشطة تعليمية وبحثية تطبيقية وتطويرية للتنمية الشاملة القائمة على أساس علمى .

ويعنى هذا الامتداد Extension أيضا انخراط الطلاب مع أساتذتهم فى أعمال جماعية تعاونية تؤكد عدم انغلاق الجامعة على نفسها ، ونفض غبار التقليدية عنها وعن وظائفها ، وتأكيد أنهم جميعاً لا يعيشون فى أبراج عاجية Ivory Towers بعيداً عما يدور خارج أسوار الجامعة . بل أنهم هم الذين يسعون إلى مجتمعهم ويقتحمونه ، ويسعون إلى الارتباط الوثيق به لخدمة مجتمعهم وخدمة جامعاتهم . إنها باختصار امتداد أنشطة الجامعة إلى ميادين الإنتاج والخدمات والتنمية البشرية .

واهتمت الجامعات الأمريكية أيضاً بدورها فى المجتمع وهى تعيش فى مُجتمع يؤمن (بالبرجماتية) و (النفعية) أساسا ، ويؤكد على (الجدوى) و (العائد) كما يهتم بالتميز ولذلك ظهر مصطلح Outreach ، الذى يعنى الوصول إلى الخارج، وبدأت الجامعات بالبرامج الامتدادية Outreach Programs ، وهى برامج تتبناها الجامعات لتوثيق العلاقات مع البيئة المحلية والمجتمع ، والوصول بخدماتها من تعليم وبحوث إليه .

وبناء على ذلك حسمت الجامعات ، فى البلاد المتقدمة بخاصة قضية الاقتصار على البحوث الأساسية، واهتمت ببحوث التطوير ، والبحوث التطبيقية، سواء فى البحوث الفردية

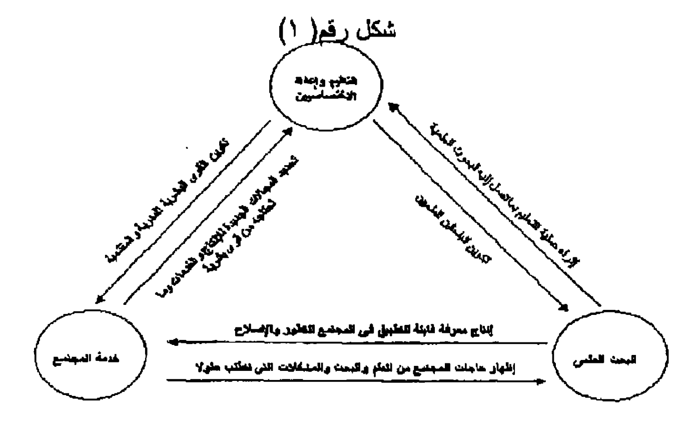
والجماعية التي يقوم بها أعضاء هيئة التدريس بها ، أو بحوث الطلاب فى الدراسات العليا للحصول على الماجستير والدكتوراه . بل وتعدى الأمر ذلك إلى توجيه طلاب الدرجة الجامعية الأولى إلى القيام بمشروعات وتقديم بحوث تسهم في حل مشكلات المجتمع وتطويره.

وخطت الجامعات خطوات أوسع وأشمل ، عندما شرع الكثير منها فى إنشاء مراكز ووحدات بحثية خدمية وإنتاجية توجه نشاطها إلى الصناعة والزراعة والتعليم والثقافة وغيرها .

كما قام بعضها – فى هذا الإطار – بإنشاء ما يسمى بحدائق البحوث Research Parks أو حدائق العلوم Science Parks . والأمثلة عليها كثيرة مثل وادى السيليكون في الولايات المتحدة ، وحدائق التكنولوس فى اليابان ، وحدائق العلوم في سنغافورة لجذب الشركات التى تعمل فى مجالات التكنولوجيا .

وبناء على ذلك تم التأكيد على أن للجامعة ثلاث وظائف رئيسية ، هي التعليم وإعداد الاختصاصيين ، والبحث العلمي ، وخدمة المجتمع ، وهي وظائف متفاعلة يخدم كل منها الآخر . ويبين الشكل الآتي التفاعل بين وظائف الجامعة :

شكل رقم(١)



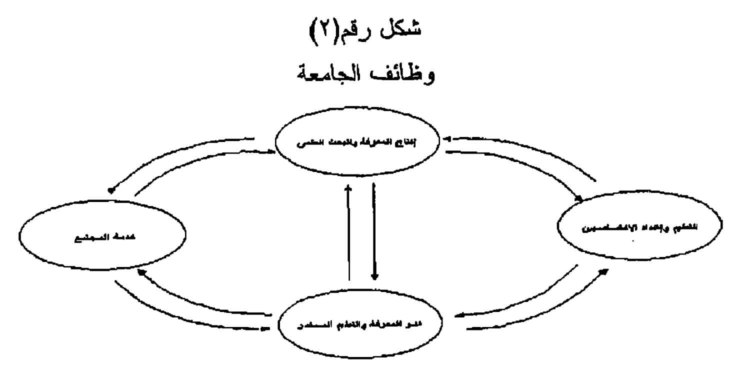
وإذا كانت الجامعات فى بداية نشأتها تهتم بالتعليم دون نظر إلى إعداد اختصاصيين فإنها أدركت دورها فى إعداد القوى البشرية اللازمة للنهوض بالمجتمع ، ومن ثم فإن التحول فى هذه الوظيفة أدى إلى دعم وظيفة البحث العلمي والـ Know - how ، ثم إعداد طلاب الدراسات العليا فى مجالات البحث أيضاً ، كما أدى إلى خدمة المجتمع بتوفير القوى البشرية التى يحتاجها لإدارة شئونه وتطوير أدائه، كما أن وظيفة البحث العلمي للجامعة تؤدى إلى تنمية عملية التعليم وإعداد الاختصاصيين ، بتجديد ما يتاح للطلاب اكتسابه من معلومات ومعارف ومهارات وقيم من إفراز البحوث العلمية . وتسمح البحوث العلمية الجامعية والبحوث التطبيقية وتفاعلها مع البحوث الأساسية بخدمة المجتمع ، إذ ينتج عما تتوصل إليه هذه البحوث حل المشكلات الإنتاجية والخدمية ، ودعم مجهودات الإصلاح والتطوير .

وتجدر الإشارة والتأكيد أيضا على أن وظيفة خدمة المجتمع وظيفة فاعلة متفاعلة وليست مجرد متلقية ومتوقفة على الوظيفتين الأخريين . إنها تساعد على رسم استراتيجية البحوث العلمية ، بما تبرزه من مشكلات ، وبما توضحه من حاجات الإصلاح والتحديث . وهى أيضاً تحدد للجامعة المجالات الجديدة للإنتاج والخدمات ، واحتياجات المجتمع فى سعيه إلى التطوير، وهكذا يمكن القول بديناميكية العلاقة بين الوظائف الثلاث للجامعة ، وأنها ليست عمليات ستاتيكية واقفة .

ثمة رؤية أخرى لوظائف الجامعة ترى أن هناك وظيفة أغفلت ، وهى نشر المعرفة بوسائل النشر المختلفة وتدريب أعضاء المجتمع أو تربيتهم تربية مستمرة عليها ، بما يعنى أن تكون للجامعة أربع وظائف على النحو الآتى :

شكل رقم(٢)

وظائف الجامعة



إذ إنه لا يكفى فقط القيام بالبحث العلمى ، وما يترتب عليه من إنتاج للمعرفة وتطبيقاتها فى مجالات التعليم وخدمة المجتمع والعلاقة المتبادلة بين هذه الوظائف الثلاث ، لكن نشر المعرفة وما يرتبط به وبها من تعليم وتربية مستمرين يتفاعل مع الوظائف الثلاث الأخرى أخذاً عطاءً .

وإذا ما تناولنا البحث العلمي وما يرتبط به من إنتاج للمعرفة وتطبيقها ، فإننا نجد أن تقسيم البحث إلى نوعين منفصلين يعتبر أمراً غير مقبول فى عصر العلم والتكنولوجيا أو بالأحرى عصر التكنولوجيا الذى يزاوج بين الفكر وتطبيقه . ذلك أن البحث الأساسى لابد أن تكون له تطبيقاته ، كما أن البحث التطبيقى لابد أن ينتج معرفة هو الآخر .

وتسليما بذلك فإن هناك حاجة إلى توسيع نوعية البحوث لتشمل :

١- **البحوث الأساسية** ، وهى التى تؤدى بالدرجة الأولى إلى إنتاج للمعرفة ، والإضافة إلى التراث المعرفى والاكتشافات الجديدة ، وما يرتبط بها من تطبيقات معملية لاختبار صحتها وجدواها ، وربما إمكان تعميم الإفادة منها ، وهى بذلك يمكن أن تكون ذات مردود تطبيقى مهما يصغر هذا المردود .

٢- **البحوث التطبيقية** ، وهى تهدف بالدرجة الأولى إلى التوجه إلى ميدان الممارسة والفعل ، وتشمل بحوثاً طويلة المدى أو قصيرة الأمد ، كما تشمل غالباً بحوث فرق العمل العلمية ، التى ينخرط فيها الممارسون بشكل يكسبها مصداقية .

٣- **بحوث التطوير** ، وهى تلك التى تتفق مع البحوث التطبيقية فى التوجه إلى ميدان العمل ، لكنها تهدف بالدرجة الأولى إلى تحسين الأداء وتطويره ، بما يشتمل عليه ذلك من حل المشكلات الإنتاجية فى الصناعة والزراعة والاقتصاد وما يترتب عليها من تحقيق الجودة والمواءمة بين الكلفة والعائد ، بل وخفض الكلفة وتعظيم العائدات .

٤- **البحوث التقويمية** ، وهذه البحوث تهتم بالوقوف على مستوى الأداء ، بل ويتم بعضها قبل بدء المشروع بما يندرج تحتها من تقويم الأهداف ودراسة الجدوى من المشروعات ، ثم التقويم فى أثناء سير العمل ، والتقويم النهائى فى أشكال من

التكامل فيما بينها جميعاً . وتقدم هذه البحوث التقويمية تغذية راجعة، وتحقق المحاسبية أيضاً .

وإذا كانت الجامعات مطالبة بأن تترابط مع مؤسسات الإنتاج والخدمات والمشروعات المختلفة العامة والخاصة فإن ثمة حاجة للترابط بين الجامعات بعضها البعض ، ثم إلى ترابط الجامعات وهيئات البحث العلمي خارج إطارها أيضاً .

٥- البحوث الإنتاجية ، وإذا كانت البحوث السابقة بحوثاً منتجة بشكل من الأشكال سواء أنتجت معرفة أو فكراً جديداً ، أو طورت الإنتاج القائم ، فإن فكرة البحوث المنتجة ، تنطلق من أن الجامعة يمكن أن تقوم ببحوث من أى شكل أو نوع ، ثم تنتج المبتكرات التى تمخضت عنها هذه البحوث وتسوقها لمراكز الإنتاج والخدمات لا أن تنتظر من يشترى منها الأفكار . وهذا يتطلب أن تكون بالجامعة وحداتها الإنتاجية الخاصة ووحدات للنشر والتسويق .

رابعاً : خبرات أجنبية فى مجال توجيه البحث العلمى بالجامعات لتنمية المجتمع

مقدمة :

تنص قوانين الجامعات فى بعض البلاد العربية على توجيه البحث العلمى لخدمة المجتمع وتنمية وإنشاء مراكز لترجمة هذا الهدف إلى الواقع ، وهناك أمثلة عديدة لذلك ، منها ١- ما سبقت الإشارة إليه من أن قانون تنظيم الجامعات فى مصر قد نص فى مادته الأولى على أن **" الجامعات تختص بكل ما يتعلق بالتعليم الجامعى والبحث العلمى الذى تقوم به كلياتها ومعاهدها فى سبيل خدمة المجتمع والارتقاء به حضارياً ".**

كما نصت اللائحة التنفيذية للقانون نفسه فى المادة ٣٠٧ ، على أنه (يجوز إنشاء وحدات ذات طابع خاص لها استقلال فنى وإدارى ومالى) ، وحددت المادة ٣٠٨ أهداف هذه الوحدات . وقد جاء ضمن هذه الأهداف **(إجراء البحوث العلمية الهادفة إلى حل المشاكل الواقعية التى يواجهها النشاط الإنتاجى أو دور الخدمات أو مواقع العمل المختلفة فى المجتمع)** [٣٥] . وهذا النص صريح فى توجيه البحث العلمى لهذه الوحدات

للتطبيق والتطوير إضافة إلى النص العام السابق على أن الجامعات تقوم بالبحث العلمي لخدمة المجتمع .

وإعمالا لنص هذا القانون أنشئت العديد من الوحدات ذات الطابع الخاص بالجامعات المصرية ، بعضها يتبع إدارة الجامعة مباشرة ، والبعض الآخر يتبع الكليات والمعاهد الجامعية وقد ظلت هذه المراكز والوحدات دون جهاز إدارى ينسق بينها ويشرف عليها إلى أن تم تعديل قانون تنظيم الجامعات بالقانون رقم ١٤٢ لسنة ١٩٩٤ بإنشاء مجلس خدمة المجتمع وتنمية البيئة على مستوى كل جامعة ، يرأسه نائب لرئيس الجامعة لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة.

هذا وقد بلغ عدد هذه المراكز والوحدات ١٤٢ مركزاً ووحدة فى جامعة القاهرة وحدها .

ورغم ما تؤديه هذه المراكز والوحدات من خدمات متنوعة إلا أن هناك قصوراً فى أدائها لدورها ، ويظهر ذلك إذا عرفنا أن من أبرز مواطن الضعف فى منظومة التعليم العالى فيما يتصل بخدمة المجتمع :

-عدم وجود فلسفة عامة أو استراتيجية مستقبلية محددة لمنظومة التعليم العالى .

-غياب الرؤية الشاملة والنظرة الاستراتيجية لدور التعليم العالى فى مستقبل التنمية واستثمار الموارد القومية .

-توقف التعليم العالى عند حدود العلمية التعليمية ، وافتقاد الدور البحثى والتكوين المعرفى المؤهل له (٣٧).

وإذا دلفنا إلى هذه البحوث العلمية ودور الوحدات ذات الطابع الخاص فى خدمة المجتمع وتنميته ، فإننا يمكن أن نرى .

أ- أن مخصصات البحث العلمية التى يتم رصدها سنويا فى موازنات الجامعات تتسم بالضآلة الشديدة .

ب- أن انخفاض دخول أعضاء هيئة يؤدى إلى سعى الكثير منهم إلى الهجرة والعمل بالخارج .

ج- إن الإنتاجية المتحققة للغالبية العظمى من الباحثين والمشرفين على برامج التطبيقات التكنولوجية الحديثة لا تتناسب مع ما هو مفترض من إنتاجه .

د- إشكالية المبادرات الفردية والعلاقات الشخصية – إذ إن غالبية الوحدات نشأت بناء على هذه المبادرات ، بما يعكس غياب الطلب المؤسسى على البحث العلمى ودوره التنموى .

هـ- إشكالية الإدارة الفريقية ، متمثلة فى تغليب المكانة الوظيفية على المكانة العلميـة أو القدرة على العطاء كما ونوعا ، ومحدودية التفاعل بين التخصصـات المختلفـة ، وضعف كفاية آليات التزام بعض أعضاء الفرق البحثية .

و- غياب المحاسبية وتقويم الأداء بشكل موضوعى ، واعتبار أن الحوافز حقوق مكتسبة بغض النظر عن الأداء بسبب انخفاض المرتبات.

وطبيعى أن يترتب على ضعف الطلب المجتمعى للبحث العلمى لتحقيق التنمية وخدمة المجتمع ، مواجهة هذه البحوث مشكلات وإشكاليات إلى غياب اعتبار البحث العلمى أساساً للعمل الجامعى ، وأساساً للتنمية .

٢- وهناك نموذج آخر من إحدى جامعات المملكة العربية السعودية ، وهى جامعة الملك فهد للبترول والمعادن ، وتقوم الجامعة ببحوث أكاديميـة وتطبيقيـة ، أضـافت إليهـا البحـوث التطويرية مع إقامة سلسلة من المختبرات المتقدمة التى يتم فيها تطوير المبتكرات العلمية بعد أن تثبت صلاحيتها للتطبيقات الاقتصادية المختلفة ، وأنشأت الجامعة مركزاً للتصنيع يتـولى تصنيع النماذج المطورة وتحسين اقتصاديات إنتاجها وتسويقها الفعلى.

ويمثل هذا النموذج مثالا طيبا لربط البحث بالتطوير والإنتاج ، لكنه يظل محدود الأثر لعدة عوامل ترتبط بكون هذه الجامعة جامعة متخصصة وحيدة ، وأن معظم الجامعات الأخرى جامعات نمطية تقليدية ، تعتمد فى الأغلب الأعم على أعضاء هيئة تدريس مغارين من دول أخرى .

وهكذا يوجه النقد الشديد للجامعات فى البلاد العربية وغيرها مـن الـبلاد الناميـة للضعف (الشديد أيضاً) فى ارتباطها بمجتمعاتها واتجاهها الصفووى – رغم أنهـا تعتبـر مؤسسات محورية – أن قامت بدورها – لتدريب العلماء وقيادات البحـوث وعلـى العمـوم

تتصف الجامعات بالتغير البطئ ، ويصعب إجبارها على أن تخطو بسرعة نحـو الإصـلاح خشية أن يدمر هذا القسر (الروح) الضرورية للعمل الجامعى بعامة والبحثـى بخاصـة ، والتدريب المتقدم .

ومن هنا يكون من الواجب وجود اتفاق غير رسمى ، والتزام أدبى بين الجامعـات ومجتمعاتها يأخذ فى الاعتبار أهداف التنمية والدور الذى ينبغى أن يقوم به كل من الطـرفين بعامة ، والجامعات بخاصة كمؤسسات علمية قائدة فى علميات التنمية .

ونتناول فيما يلى بعض الخبرات الأجنبية من آسيا والأمريكيتين .

١- البلاد الصناعية الأسيوية الجديدة :

وقـدم ألتبـاتش Altbach نموذجـاً تطبيقـاً مـن الـبلاد الجديـدة صـناعياً Newly Insdusrializing Countries (NICs) على شاطئ الباسيفيكى ، وهـى كوريـا وتايوان وسنغافورة وغيرها ، حيث حققت هذه البلاد تقدما اقتصاديا كبيراً واقتربت كثيراً من البلاد المتقدمة إذ إنها تعد بلاداً متقدمة بمقاييس الـدخل القـومي ، والعائـدات الاقتصـادية والعلاقات التجارية ، والتنور (اللاأمية) والتعليم الأساسى ، إنها نماذج لبلاد العالم المتقـدم سواء فى التقدم الاقتصادى أو التطور الأكاديمى .

وقد نتج عن هذا التطور الاقتصادى المركب والمعتمد بتزايد على التكنولوجيـا أن صارت الجامعات أكثر أهمية ودوراً فى التنمية . وإذا كانت هذه البلاد بعامة لا تقـوم فيهـا الصناعة على التكنولوجيا العالية بكثافة كاليابان إلا أنها مع تقدمها والمنافسات التى تواجههـا تتقدم نحو هذه التكنولوجيا الحديثة والمنتجات ذات القيمة المضافة كوسـائل للحفـاظ علـى المنافسة فى ظل اقتصاد عالمى متغير.

وقد خطت الدول الأربع الصناعية الجديدة خطوات كبيرة نحو التأكيد على الاستقلال الأكاديمى ، وفى نفس الوقت التحرك نحو تحقيق أهداف التنمية من منطلـق أن الجامعـات كمؤسسات أكاديمية ينبغى أن تكون واعية بالدور المحورى الملائم الذى تلعبه فى مجتمعاتها ،

وبما يعنى أن تدرك الحكومات أن مسئولياتها الاعتراف بأنه حتى تقوم الجامعات بوظائفها بفاعلية فإنها تحتاج إلى درجة كافية من الاستقلال والحرية .

ورغم أن هناك تأكيداً وتوجها فى البلاد الصناعية الجديدة والبلاد المتقدمة نحو البحوث التطبيقية ، مع الأخذ فى الاعتبار أن الجامعات بطبيعتها تركز على البحث الأساسى الذى قد لا تظهر عائداته فوراً ، إلا أن هناك قناعة بأن البحث الأساس الذى يضع الأسس والأصول لتقدم التعليم واعتباره ذا فائدة لتوليد المعارف النظرية اللازمة للتطوير .

وقد اهتمت هذه البلاد بضرورة انتقال الجامعات كمؤسسات أكاديمية من مجرد مؤسسات تعليم وتدريس أساساً ، حيث يقوم أعضاء هيئة التدريب بمسئوليات التعليم بشكل مكثف ، إلى جامعات ذات تركيز على أن تكون موجهة أكثر بالبحوث More Research - Oriented .

وهنا فإن سنغافورة تعتبر أول بلد تدرك الحاجة إلى هذا النموذج للتنمية ومن ثم صار التعليم العالى (والجامعى منه بخاصة) والبحث والتدريب المدخل الأساسى لاستراتيجية سنغافورة الاقتصادية . وترتب على ذلك أن البحث والتطوير R and D قد صار جزءاً أساسياً من مهمة الجامعة ، بما يعنى تغيراً أساسياً فى أنماط تمويل الجامعات وروح العمل بها . إن النظام الأكاديمى ككل ينبغى أن يصير أكثر توجيها بالبحث كما ذكر ، كما أن التوسع فى الدراسات العليا سار جنبا إلى جنب مع تطور البحوث فى الجامعات . ولم تعد هناك حاجة للحاصلين على درجات جامعية عليا للعمل بالصناعة أو التدريس بالجامعات فقط ، ولكن أيضا أن توجه برامج الدراسات العليا لتكون ذات علاقات تكاملية مع المؤسسات البحثية التى تخدم المجتمع وتنميه.

وفى حالة سنغافورة هناك جامعتان وعدد من المؤسسات البوليتكنيكية تضم حوالى ٦٠٠ دارس ، أقل من نصفهم بالجامعتين وتتلقى جميعا تمويلاً كافياً ، وتؤكد الحكومة على أنها تتوقع أن تكون الجامعتان ذات مستوى عالمياً ، وهذا هو ما تحقق بالفعل فى مجال الموارد والتسهيلات المتاحة من مبان وتجهيزات ومعامل ومكتبات . وكذلك بالنسبة للأعضاء

القائمين بالبحث والتدريس ، الذين يقومون ببحوث تعتبر ذات مخرجات عاليــة ومســتويات متقدمة .

وتركز الجامعتان اهتماماتهما على العلوم والتكنولوجيا ، والإرتباط الوثيق بالصناعة المحلية من خلال مجلس سنغافورة للعلوم Singapora Science Council

ويقوم مجلس العلوم Science Council بتنسيق البحوث عن طريق العمل اللصيق بالإدارات الحكومية والعلماء الأكاديميين بالجامعات . وقد حددت الحكومة ميادين عديدة لتقدم لها الدعم والتمويل الخاص ، وهى ميادين ينتظر أن تسهم فى مستقبل سنغافورة الاقتصادى . وتشمل هذه الميادين التكنولوجيا الحيوية والهندسة الكهربية وعلوم الحاسبات وتتم المبــادرات البحثية إما من خلال بنية الجامعتين القائمتين ، وإما من خلال المؤسسات ذات الارتباط القوى بهما .

ومن الأمثلة الواضحة لذلك معهد علم الــنظم Institute Of Systems Science بجامعة NUS الذى يركز على تطبيقات الحاسبات وما يتصل بها . وقد قــدمت ســنغافورة - تمويلاً ضخماً للبحث والتطوير فى هذا الميدان باعتباره ذا أولوية أساسية . وتم توفير الموارد المطلوبة من الجامعة والهيئات المرتبطة مع قيام الحكومة بالتأكد من أن المؤسسات متعــددة الجنسيات التى تستخدم تكنولوجيا متقدمة فى سنغافورة تقدم تمويلاً وتسهيلات كافية للبحــوث ولسنغافورة تقاليد راسخة نحو التوجيه المركزى للجهود فــى مجــالات متنوعــة للاقتصــاد والمجتمع وامتد هذا التوجه للتنسيق فى مجالا البحوث والتسهيلات المطلوبة لها .

وقد أسست الحكومة عــام ١٩٨٤ (الحديقــة العلميــة Science Park) لجــذب الشركات التى تعمل فى مجال التكنولوجيا المتقدمة High - tech وتشجيع البحث والتنمية R and D وقد استقرت أربع وثلاثون منظمة فى هذه الحديقة تسع وعشرون منها تمثل القطاع الخاص والباقى مؤسسات متعددة الجنسيات . وقد جمعت التكنولوجيا القائمة فى الموقع بشكل أساسى بين التكنولوجيا الحيوية والعلوم الطبية الحيوية والحاسبات (البرامج والاجهــزة) . وقد أعطت الجامعتان أهمية وأولوية أولى للتعاون بين الجامعة والصناعة من خلال الانخراط فى برامج متعددة لإعداد القوى العاملة للصناعة والمشروعات البحثية المرتبطة باحتياجــات

الصناعة المحلية ، وقيام هيئة التدريب بمهام الاستشارات بتشجيع من السلطات الجامعية، وإذا كانت سنغافورة والمؤسسات البوليتكنيكية تقوم بدور فى بلد صغير قوامه ٢٦ مليون نسمة فإن نظام التعليم العالى فى ماليزيا يعتبر أكثر كثافة من سنغافورة حيث يضم هذا التعليم حوالى مائة ألف طالب . وقد نما عدد دارسى التخصصات الهندسية والعلوم الطبيعية إلى ما يعادل ربع الدارسين بالتعليم العالى .

وقد اهتمت الدولة بالتوسع فى مؤسسات التعليم العالى تلبية للطلب عليه ، كما تبنت سياسة لتحويل لغة التعليم والبحث من الإنجليزية إلى باهاسا ماليزيا Bahasa Malaysia .

وهناك اهتمام كبير من الجامعات والأكاديميين بالبحوث ، إذ إن ترقياتهم تعتمد على جهودهم الإنتاجية البحثية والنشر العلمى . وارتبط بذلك تحول الجامعات بخاصة ومؤسسات التعليم العالى بعامة نحو التوجه البحثى Oriented – Research المرتبط بالتنمية .

وقد اهتمت ماليزيا حديثا بالتنمية العلمية والتكنولوجية ، وتطوير ما لديها من معاهد بحوث متخصصة وربطها بالإنتاج الزراعى الأساسى للبلاد وبخاصة المطاط وزيت النخيل . كما تبنت الحكومة فى الثمانينات خطة علمية تركز على دعم الصناعة عالية التكنولوجيا والاهتمام بالموارد الطبيعية الغنية كقاعدة للتوسع فى التصنيع .

وواكب ذلك إعادة تنظيم الجامعات وهيئات التدريب بها لتشكل أكبر قوة عاملة علمية فى البلاد ، وأن تكون الجامعات مراكز للبحوث والتطوير .

وأدى نمو جامعة العلوم فى بينانج Science University in Penang إلى التأكيد على ذلك ، وكذلك إنشاء معهد للدراسات المتقدمة IAS فى جامعة ما لا يا Univ of Malaya ، باعتباره المؤسسة الأكاديمية الأولى للبلاد.

وقد أخذ الاهتمام بتوجيه البحث العلمى الجامعى لخدمة المجتمع وتنميته مداخل متعددة ، منها :

أ- الاهتمام بالمجالات البحثية المرتبطة بالتنمية ، إذ تم توجيه البحوث نحو المجالات ذات الأهمية الاستراتيجية للتنمية.

ب- تشجيع البحوث الجماعية ، حيث تم تشجيع بحوث الفرق نظراً لفاعليتها فى حل المشكلات ، وتتفق ماليزيا فى ذلك مع كوريا وتايوان وسنغافورة بأهمية هذه البحوث وما يحققه تعاون الباحثين من تخصصات متعددة من ثمار تساعد على التقدم.

ج- زيادة الإنفاق على البحث العلمى ، إذ تم تنويع مصادر الإنفاق على البحوث العلمية بالجامعات وزيادة مخصصاتها .

د- الترابط بين الجامعات الماليزية وجامعات البلاد المتقدمة ، وجاء ذلك لتحقيق جودة البحوث العلمية ، والاعتراف الدولى بمستوى البحوث والجامعات .

ه- مراعاة احتياجات المواطنين : وقد اهتمت الجامعات الماليزية بأن تلبى بحوثها احتياجات المواطنين والأقاليم .

و- الحد من هجرة الكفاءات إلى الخارج : وقد اتخذت ماليزيا عدة إجراءات للحد من هروب الكفاءات العلمية خارج البلاد بتهيئة مناخ جاذب لهم .

وهكذا يتضح تكامل السياسات اللازمة لتفعيل دور لبحث العلمى فى خدمة المجتمع وضمان وجود بنية أساسية تحقق الجودة.

٢- جمهورية الصين الشعبية :

تتميز الصين بارتفاع معدلات التنمية . إذ يعتبر الاقتصاد الصينى أحد أسرع النظم الاقتصادية نمواً فى العالم بمعدل سنوى لنمو الناتج القومى الإجمالى GDP مقداره ٩,٨ % سنوياً .

وقد أوجدت حركة تحديث الصين البيئة الثقافية الجديدة للتطور على أساس ثلاث ركائز ، هى :

أ- تحديث التعليم : إذ صار قبول تحديث التعليم واجبا أساسياً للمواطنين باعتبار أن التعليم عامل مهم لتحقيق تحديث أفراد المجتمع .

ب- العلم والتكنولوجيا : وقد بدأت الصناعات الكبرى بفضل الأجهزة التكنولوجية العلمية الحديثة . وتقوم طرق إنتاج الصناعات الكبرى وأشكال التنظيمات المرتبطة بها بتأثير مهم فى تحديث البشر .

وهذا من شأنه ربط العلم والتكنولوجيا بتحديث البشر ، وتحديث المجتمع ، وتحقيق النمو الاقتصادى والاجتماعى المنشود .

ج- **وسائل النشر الجماهيرية** : باعتبارها وسائل وأدوات لتوفير المعلومات وتعزيز قدرة لشعب على قبول الجديد وفتح آفاق جديدة للرؤية ، وتحقيق التسامح والانفتاح .

وبذلك فإن التعليم الحديث والمصانع ووسائل الاتصال الجماهيرية ، وما يرتبط بها من علوم وتكنولوجيا تقوم بدور مهم فى تنشيط تحديث البشر والمجتمع.

وتلعب مؤسسات التعليم العالى أدواراً رئيسية فى النمو الاقتصادى المستديم وتيسير تنمية المسئولية الاجتماعية والبيئية للدولة . وهى أولاً تعد المواطنين لشغل المهن العلمية والتقنية والوظائف العليا الإدارية في القطاعين العام والخاص .

كما أنها ثانياً بقدراتها كمستودعات للمعرفة ومولدات وناقلات لها تحقق التقدم التكنولوجى الداخلى ، وبخاصة فى تحويل نتائج البحوث والتطوير للإنتاجية الصناعية والزراعية، وتقديم وتكييف الأفكار والمعارف من أى مكان فى العالم للمجتمع الصينى.

وقد أصدرت اللجنة المركزية للمؤتمر القومى للتعليم عام ١٩٨٥ وثيقة عنوانها قرار عن إصلاح النظام التعليمى Decision on the Reform of the Education System وحددت الوثيقة مسئوليتين اثنتين لمؤسسات التعليم العالى ، هما إعداد وتدريب القوى البشرية تدريبا متقدماً ، وتطوير العلوم والتكنولوجيا والثقافة .

وربطت الوثيقة تحديث نظام العلوم والتكنولوجيا بالإصلاح التعليمى . وتمثل ذلك فى نظام للبحث العلمى تقوم به الجامعات أساسه علاقات حية ومباشرة بين البحث والتدريس من جهة ، وبين البحوث والإنتاج من جهة أخرى ، ومن أجل ذلك أنشئ صندوق العلم Science Fund يتلقى طلبات البحوث من الجامعات والمؤسسات البحثية الأخرى ، ويتيح للجامعات الفرصة لتطوير وظيفتها البحثية بشكل كامل.

وقد حدد الرئيس الصينى السابق دنج زياوبنج Deng Xiao Ping هدف استراتيجيته للتحديث فى : استنهاض الصين بعد فترة كارثية من التخلف التعليمى والاقتصادى . وكانت التنمية الاقتصادية هى العنصر الأساسى فى السير نحو التحديث ، وأداتها المختارة لتحقيق هذا الهدف هى العلم والتكنولوجيا .

وأعلن بنج أن التعليم ينبغى أن ينطلق نحو التحديث والعالم والمستقبل . ورأى أن التعليم الصينى لا ينبغى أن يبقى خادما للأيدويولوجيا البروليتارية الضيقة ، ولكن ينبغى أن يصبح الآلة أو القاطرة التى تقود بناء الصين كأمة قوية وحديثة . ومن ثم فإن المهمة الأساسية للتعليم فى هذا السياق تتمثل فى إنتاج الـ Rencai ، أى القوى البشرية المبدعة للمجتمع ، وهو هدف ينبغى إعادة التأكيد عليه لتحقيق أهداف التحديث .

وتحددت التحديثات الأربعة للمجتمع فى الزراعة ، والصناعة ، والعلوم والتكنولوجيا والدفاع ، بما يجعل الصين فى منتصف القرن الحادى والعشرين فى مستوى البلاد المتقدمة .

واتخذت عدة إجراءات جادة للسير نحو التحديث منها تشجيع المبادرات المحلية ، والتوجه نحو اقتصاديات السوق . واستتبع ذلك إصلاح النظام الجامعى فى الفترة من ١٩٧٧ – ١٩٨٠ ، بالتأكيد على إعادة بنائه فى ظل ارتباط قوى بالهدف الاستراتيجى لإعادة بناء الاقتصاد الصينى .

وقد وضع الإصلاحيون أسسا للتعاون الأفقى بين الجامعات والمؤسسات الحكومية والخاصة عام ١٩٨٥ . وتحددت ثلاثة أنماط للتنسيق فى هذا الصدد بين مؤسسات التعليم العالى والبحوث ووحدات الأنتاج ، وبين مؤسسات التعليم العالى بعضها البعض ، وبين الجامعات والهيئات الحكومية والهيئات المحلية .

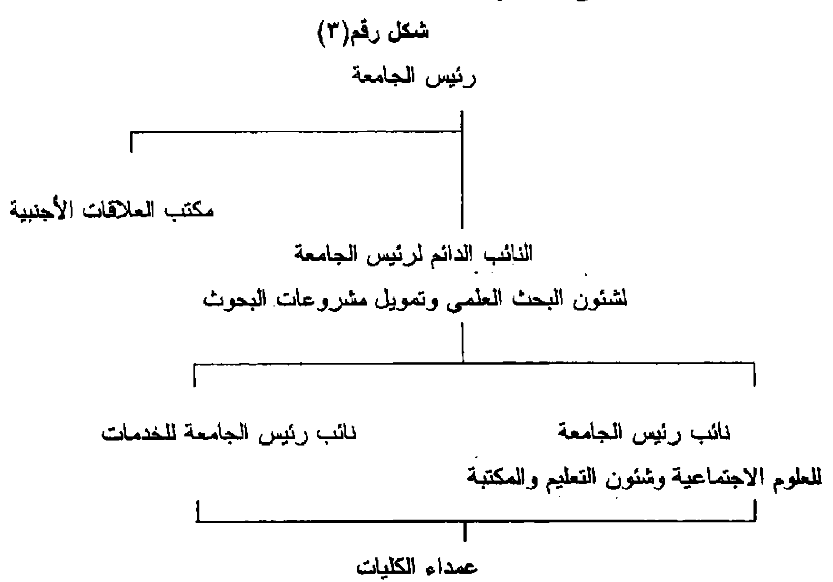
وبناء على ذلك تم توقيع تعاقدات بين مختلف الإدارات الحكومية والجامعات تم بناء عليها تبادل التسهيلات والخدمات ، كما تم إنشاء وحدات للتنمية الاقتصادية فى كل جامعة لتلبية احتياجات الصناعات والأعمال المختلفة .

إن الهدف الذى سعت الدولة إلى تحقيقه تمثل فى أنه مع نهاية القرن العشرين تتمكن مؤسسات التعليم العالى – والجامعات على قمتها – من الإسهام الدائم في التطوير المستقل علميا وتكنولوجيا للبلاد ، وحل المشكلات النظرية والعملية الكبرى التى تظهر فى خلال عملية التحديث .

ولتحقيق أهداف تطوير التعليم الجامعى ودوره فى التحديث ، منحت الجامعات استقلالا إداريا وأكاديميا يسمح لها بأداء وظائفها وتحددت وظائف وأدوار الحزب فى النواحى الأيدلوجية ، ووظائف إدارة الجامعة متمثلة فى رئيس الجامعة ومعاونيه الذى يختاره أعضاء هيئة التدريس ، مع وجود ضابط اتصال كحلقة وصل لهذه الإدارة المزدوجة.

ويبين الشكل الآتى البنية الإدارية للجامعة .

شكل رقم(٣)



وهكذا يظهر الاهتمام بالبحوث العلمية ومشروعات البحوث التطبيقية ويتولاها معاً نائب دائم لرئيس الجامعة.

وبعد عدة سنوات تعرضت فيها الدراسات الجامعية والبحوث التى تتم بالجامعات لمنظور ضيق انعكس على ما يدرسه الطلاب من مقررات ، وما يقوم به أعضاء هيئة التدريس وطلابهم من بحوث ، كسرت الجامعات الصينية الحواجز بين الأقسام الأكاديمية ، بما يسمح ويشجع على الدراسات والبحوث عبر تخصصات مترابطة أو بينية ، فى عصر يتميز بالنمو الهائل فى المعلومات والبرامج التى تقدم ، استجابت الجامعات والكليات إلى العالم الأكبر ، وبدأت فى إزالة الحواجز بين الأقسام العلمية داخل كل حرم جامعى وبينها وبين العالم الخارجى .

وبدلاً من أن تكون الجامعات فى أبراج عاجية ، بدأت تنظر إلى مجتمعاتها وعالمها وتستجيب لاحتياجات المجتمع ، وتقدم الخدمات التى يمكنها وحدها تقديمها من موقعها الفريد تدريساً وبحثاً .

حقيقة لم تكن الجامعات الصينية فى العصور الحديثة فى أبراج عاجية ، إذ إن إعادة البناء الجامعى فى الخمسينات هدف إلى الارتباط المباشر والفعال بينها وبين ما يبذل من مجهودات وطنية لإعادة تأهيل الاقتصاد وتنميته ، على أساس من توجهات رسمية ترى أن التعليم ينبغى أن يخدم السياسات البروليتارية ويرتبط بالعمل المنتج ، ويقوى الارتباط بين المدارس والمجتمع .

وبناء على ذلك فإن جميع مؤسسات التعليم العالى التى تديرها الوزارات الحكومية المركزية قد التزمت بتلبية احتياجات محددة للتنمية الاقتصادية الوطنية وبدأت فى السبعينات مع التوجهات التى جعلت التعليم ملتزما بخدمة البناء الإشتراكى ،كما أن الارتباط بين الجامعات والمجتمع نما إلى درجة قوية .

وأخذ هذا الارتباط اتجاهات متعددة . إذ بالإضافة إلى الحفاظ على العلاقات الأفقية السابقة مع السلطات الرسمية والمؤسسات الحكومية بدأت الجامعات تأخذ زمام المبادرة من منطلق ما حصلت عليه من استقلال فى إقامة علاقات مع مؤسسات تعليمية وإنتاجية وخدمية محلية وخارجية .

ونتج عن هذا عقد اتفاقات تعليمية وبحثية إنتاجية بين الجامعات بعضها البعض ، وبينها وبين جامعات خارجية وأقسام ووزارات حكومية ومؤسسات عامة وخاصة. ومن أمثلة هذه العلاقات التعاونية بين المؤسسات إنشاء مركز نانج هوبكنز للدراسات الأمريكية الصينية الذى تديره جامعة نانج الصينية وجامعة جون هوبكنز الأمريكية عام ١٩٨٦.

ويقدم المركز دراسات عليا لمدة فصلين دراسيين فى الثقافة والاقتصاد والعلوم السياسية والسياسة الخارجية والعلاقات الدولية ، القانون والتاريخ الحديث والعلاقات الصينية الأمريكية ويتيح للطلاب الصينيين التركيز فى دراستهم على دراسة الولايات المتحدة والغرب باللغة الإنجليزية كما يتيح للطلاب الأمريكيين التركيز على دراسة الصين باللغة الصينية بهدف تدريب المتخصصين فى الشئون الصينية الأمريكية والمعلمين والباحثين فى هذا المجال.

وأخذ التعاون بين المؤسسات صوراً وأشكالا أخرى ، منها تدريب طلاب الدكتوراه ورجال الإدارة داخل المعامل الجامعية وتبادل المعلومات والمواد بينهم وبين أعضاء هيئة التدريس . ومنها أيضا الترابط الثلاثى بين التدريب والبحث والإنتاج ، الذى توثق من خلال العلاقات والارتباط بين الجامعات والوزارات والإدارات الحكومية والمؤسسات الإنتاجية العامة والخاصة .

وقد ركزت جامعة كنجهوا Qinghua اهتمامها على المهنيين المهرة ، والتقنيين ، والنواحي المعرفية والمعلومات ، وقامت بمشروعات بحثية مشتركة والتبادل العلمي والتقني مع جميع المقاطعات والأقاليم والبلديات . كما أنشأت ثلاث عشرة رابطة مع المصانع ، وقدمت الاستشارات التكنولوجية والتدريب لعديد من المؤسسات . وأتاح هذا كله نهضة فى البرامج الدراسية والبحوث البينية وميادين خدمة الوطن .

وإذا كانت جامعة كنجهوا قد استطاعت القيام بهذه المشروعات نظراً لتوافر البنية الأساسية والبشرية القوية بها فإن جامعات أقل استطاعت تخطيط برامج للترابط تتمشى مع إمكاناتها وتوسعت فيها باستمرار .

ويكفى أن نذكر هنا أن كلية نورث وست Northwest College للصناعات الخفيفة قد قامت بتنفيذ برامج عديدة تزاوج بين التدريس والبحث والإنتاج منذ عام ١٩٨٤ وحتى الآن بالاتفاق مع أكثر من سبعين مؤسسة وإدارة حكومية .

كما أن كلية جيانجسو الزراعية Jiangus Agricultural College قد ترابطت مع المكتب المركزى لاستصلاح الأراضى Central Land Reclamation Bureau ، وأضافت إلى برامج الدراسة بها كثيراً من المواد المرتبطة بنشاط المكتب ، وقدمت له فى ذات الوقت البحوث التطويرية ، والاستشارات وغيرها.

ويظهر دور الجامعات فى خدمة المجتمع ، مطوعة البحث العلمى والتدريس بها بهذا الغرض بشكل أكبر فى الجامعات المتخصصة ، ويأتى على رأسها الجامعات الزراعية فى الصين .

والجامعات الزراعية غالباً تتبنى الفكر البرجماتى مقارنة بالجامعات الشاملة وجامعات الفنون والآداب ، حيث تكون مهمتها واضحة فى تطوير العلوم الزراعية وتكنولوجيا الزراعة للاستخدام فى مجالات الإنتاج الذى يقوم به الفلاحون ، وتحسين مستويات المعيشة الريفية والاقتصاد القومى.

وينطبق ذلك تماما على الجامعات الزراعية فى الصين بحق ، إذ تتحدد مهمتها فى التنشيط الحيوى للزراعة بالعلم والتعليم Vitalizing Agriculure with Science and Education. إنها تولى اهتماما لرغبة صانعى السياسات لزيادة شبكة الاستفادة الاجتماعية المباشرة من العلوم والتعليم العالى لترشيد الاستثمار وربط عمل العلماء والمربين بقوة بالمشكلات الإنتاجية القائمة . ومن هنا تقوم هذه الجامعات بدور أساسى فى أمور السياسة التنموية الريفية الراهنة .

وتتحدد أهداف الجامعات الزراعية فى الصين فى :

١- تعليم الأفراد تعليما ذا مستوى عاليا يلبى احتياجات تحديث الزراعة والريف كما تعكسها احتياجات السوق .

٢- تنفيذ مشروعات البحوث التطبيقية ، والأنماط الأخرى لبحوث التطوير .

٣- تقديم نتائج البحوث التى تخرج بها المشروعات البحثية أساسا للمزارعين . ويكفى هنا أن نشير إلى أهم البرامج التى تبنتها الجامعات الزراعية فى الصين ، ومنها على سبيل المثال العلاقات الوثيقة التى أقامتها جامعة شنينانج الزراعية Shenyang Agricultural University (SAU مع خمس مدن ، وإحدى عشرة مقاطعة وثلاثين بلدية فى إقليم لياوننج Liaoning ، حيث ترسل من عشرين إلى ثلاثين من أعضاء هيئة التدريس بها كل عام لمدد طويلة (أكثر من ستة أشهر) ، ليقيموا في هذه المناطق كما ترسل أكثر من مائتى عضو هيئة تدريس كل عام فى زيارات لفترات قصيرة .

ويقوم أعضاء هيئة التدريس بتنفيذ برامج تدريبية قصيرة خلال زياراتهم ، لتنسيق المشروعات البحثية المبنية على الاحتياجات ، واستقبال الطلاب للتدريب على فترات ، أنهم بعامة يخدمون كحلقة ربط بين المناطق الريفية والجامعات الزراعية.

كما يظهر دور البحث العلمى بالجامعات فى خدمة المجتمع من خلال نموذج آخر هو الجامعات المهنية . وقد ظهر إلى الوجود مائة وأربعون مؤسسة للتعليم العالى من طراز جديد عام ١٩٨٠ ، تدار وتمول عن طريق حكومات المدن ، وتهدف إلى سد الاحتياجات من القوى العاملة .

وتنظر هذه المؤسسات إلى نفسها باعتبارها مختلفة تماما عن النمط القديم للتعليم العالى من عدة أمور إذ إن الطلاب من أبناء البيئة المحلية ، يرتبون بأنفسهم إقاماتهم خارج حرم الجامعة (عادة في بيوتهم) ، ويدفعون رسوماً متواضعة ولا تلتزم الخطط الحكومية بتوفير وظائف لهم ؛ ولكنهم مسئولون عن البحث عن وظائف بأنفسهم ، وتوصى مؤسسات تعليمهم فقط بهم .

وتعتمد هذه الجامعات على الدعم المالى من المدن التى توجد بها ، كما تبحث عن تمويل من المؤسسات المختلفة من خلال التعاقد وتقديم تدريب للعاملين بهذه المؤسسات .

وقد نشأت بعض هذه الجامعات على أساس الدراسة بعض الوقت والعمل فى الوقت الآخر ، والبعض الثانى نشأ كفروع لكليات تابعة لجامعات موجودة بالفعل والبعض الثالث كليات جديدة تماماً .

وقد أدى كون بعض هذه الجامعات جديدة تماماً إلى تمتعها بحرية التجديد فى مناهجها مقارنة بالجامعات الأخرى .

أما بالنسبة للجامعات التى نشأت من عباءة جامعات قائمة متميزة مثل جامعة شينيانج المهنية Shenyang Vocational University ، فقد أدى ذلك إلى اهتمامها بالاحترام الأكاديمى والطموح لرفع مستواها .

وترتبط هذه الجامعة برباط وثيق مع جامعة لياوننج Liaoning University جامعة الشمال الشرقى للتكنولوجيا Northeast University of Technology

وضمت الجامعة منذ عام ١٩٨٥ خمسة أقسام : هى قسم الهندسة الإلكترونية ، وقسم التشييد ، وقسم الاقتصاد ،وقسم اللغات الأجنبية ، وقسم دراسات السكرتارية .

وتضم الكلية أعضاء هيئة تدريس متفرغين ، وغير متفرغين ، كما أن حوالى ٢٠ % من المتفرغين انتقلوا إلى الجامعة من المؤسسات الصناعية . وقد أتاح لهم ذلك الفرصة السهلة لتدريب الطلاب فى هذه المؤسسات الصناعية .

وبجانب نجاح الجامعة فى تزويد سوق العمل باحتياجاته من القوى العاملة ، فقد تعاقدت مع البنوك وشركات الصناعات البترولية وغيرها من الشركات الصناعية التى تدفع مقدما لتدريب أعداد من العاملين بهذه المؤسسات وفقاً لإحتياجاتهم التدريبية ..

ويساعد كل ما تقدم هذه الجامعة وغيرها من الجامعات المهنية الحضرية على أن يشترك أعضاء هيئة التدريس بها مع الطلاب فى عملية التعليم والتطبيقات العملية فى المعمل وأماكن العمل بالمصانع والشركات ، بما يتيح تبادل الخبرات وحل المشكلات .

كما أن البرامج الدراسية وخطط البحوث توضع وفقا لاحتياجات المؤسسات الإنتاجية والخدمية ومبعوثيها إلى هذه الجامعات للتعليم أو التدريب، ويلاحظ أن برامج هذه الجامعات تراعى متطلبات تنمية البيئة المحلية وسد احتياجاتها.

ويذكر هايهو Hayhoe أن الجامعات الصينية لا تتبع أى نموذج أجنبى من خارج البلاد كنمط للإصلاح ، إذ إنها تبحث عن بناء نموذجها الخاص الجديد استجابة لمتطلبات البيئة

وإضافة إلى مواطن القوة فى أدائها . وقد تم استحداث تكامل أفقى بين الدارسين فى كل جامعة ، كما تم الاهتمام بالتكامل بين اختصاصات وتخصصات الأقسام العلمية من ناحية ومعاهد البحوث داخل الجامعات وخارجها من ناحية أخرى على أساس العمل الفريقى التعاونى.

٣- أمريكا الجنوبية

وإذا تركنا آسيا إلى أمريكا الجنوبية فسنجد اهتماماً كبيراً بالجامعات وسياسات تطويرها وتوجيه البحث العلمى فيها .

وقد تبنت حكومة المكسيك سياسات تهتم بنوعية التعليم باعتبارها الهدف الأساسى للسياسات العامة لها .

وقد جاء هذا التوجه بعد ظهور مشكلات عديدة وسريعة عقب التوسع غير المخطط فى القبول فى السبعينات من ٢٠٠ألف طالب عام ١٩٧٠ إلى حوالى نصف مليون عام ١٩٨٥ نتيجة لزيادة الطلب على التعليم العالى . وما صاحب ذلك من نقد عام للجامعات الحكومية ذات الإعداد الكبيرة .

كما أدى التوجه إلى الحرية الاقتصادية فى التسعينات وتقليص دور الدولة فى الاقتصاد وإقامة بنية أساسية وزيادة الاستثمار الأجنبى ، إلى التركيز بقوة على التعليم فى كافة المستويات بزيادة المخصصات المالية له ، وتطوير إدارته وموازناته ليكون انتقائياً . وبذلك تغير توجه الدولة وعلاقتها بالتعليم من أن يكون التعليم من مدخل القيادة بالطلب Demand Led إلى مدخل القيادة الموازنة Expenditure - Led Approach .

وبناء على ذلك تحددت سياسات التعليم العالى الجديدة فى نهاية القرن العشرين وأوائل هذا القرن فيما يلي :

١- التنويع .
٢- الدور الأكاديمى والقيم : التعليم والبحث .
٣- الاستقلال المؤسسى .
٤- اختيار الطلاب ودورهم فى التقويم .
٥- الإدارة الجامعية .
٦- التمويل .

ويهمنا هنا تناول بعض هذه السياسات ودروها فى التطوير وربط الجامعات بالمجتمع

أما فيما يتصل بالتنويع ، فقد أوضحت الحكومة أن تنويع مؤسسات التعليم العالى أمر أساسى ومن ثم فقد أسست جامعات تكنولوجية جديدة ترتبط بأسواق العمل الإقليمية ، واهتمت بالتنسيق الوثيق مع قادة الأعمال المحليين ، مستفيدة من فكرة المعاهد الجامعية الفرنسية وكليات المجتمع فى الولايات المتحدة الأمريكية .

وأما فيما يتصل بالأدوار الأكاديمية والقيمية ، فقد اهتمت الحكومة بمراجعة البرامج وإعادة تدريب أعضاء هيئة التدريس ، ونال البحث العلمى عناية كبيرة أكثر كثيراً من التدريس ، وتمثل ذلك فى زيادة موازناته ، وإيلاء الاهتمام بالبحوث التطبيقية المرتبطة بالصناعة ، وهو أمر لم يعتده العلماء المكسيكيون ورجال الأعمال أيضاً . ويضاف إلى ذلك وضع محكات للتمويل تقوم على الانتقاء على أساس التركيز على نوعية البحوث التطبيقية فى إطار مشروعات تنافسية عالمية.

وقد أكدت الحكومة على أن تجديد التمويل الخاص بالبحوث والدراسات العليا يتوقف على قياس الإنتاجية وارتباط نتائج البحوث وإسهاماتها فى التحديث الاقتصادى.

وتتمثل المحاولة الأكثر شمولاً لإدخال العلوم فى جامعة حديثة فى البرازيل فى أنشاء جامعة ساو باولو ، وبخاصة كلية الفلسفة والعلوم والآداب عام ١٩٣٤ . إذ إن هذه الجامعة قد أسست فى فترة حراك مكثف تقوده الدولة اقتصاديا .

وصارت ولاية ساو باولو بالفعل النموذج الرائد اقتصاديا للبلاد بسبب التوسعات فى زراعات البن وانتقالها إلى الصناعة المكثفة التى بدأت فى النمو مستفيدة من الهجرات الأوربية الكبيرة والجماعية .

وكانت الجامعة الجديدة المنشأة حول مدرسة العلوم بمثابة الفكرة كمشروع طويل المدى يتيح للولاية وضعا قياديا يصبو إليه الصفوة ، كما تقدم فى ذات الوقت للمجتمع المفكرين والتقنيين والمهنيين الذين تحتاج إليهم لاقتصاد حديث سريع النمو .

وكان التفاؤل كبيراً فى السنوات الأولى بعد الحرب العالمية الثانية بالنظر إلى الدور الأيجابى الذى يمكن أن يلعبه العلم والتكنولوجيا فى رفع مستويات التنمية الاجتماعية والاقتصادية فى دول أمريكا اللاتينية.

وقد بنيت الحرب القوة التدميرية الهائلة للتعلم والتكنولوجيا ، كما أعطت الأمل بأنه إذا ما وجها إيجابيا وبطريقة بناءة يكون لها تأثيرها الإيجابى على المجتمع.

وكان إنشاء المجلس القومى للبحث العلمى والتكنولوجيا أوائل الخمسينات بقرار من عميد العلوم الفيزيائية والرياضيات فى جامعة شيلى ناتجا عن اقتناع بضرورة الارتباط الوثيق بين البحث العلمي ، والحكومة ، والتعليم ، والتنمية الاقتصادية فى شيلى .

وقد أدى هذا الإجراء إلى ربط وكالات التنمية بالجامعات ربطاً وثيقاً فى المناطق المرتبطة بالموارد الطبيعية وحسن استغلالها والإفادة منها والاعتقاد بأن البحث التكنولوجى ينبغى أن يرتبط وثيقاً بالتدريب العلمى عالمى المستوى ومن خلال هذا الوسيط بالبحث العلمى والتعليم .

وصدر قانون عام ١٩٥٤ بإنشاء صندوق للإعمار والبحوث بالجامعة ، نص على أن تنشأ المشروعات والمعامل ومحطات التجارب ومعاهد البحوث وتوجه نحو التعاون مع هيئة تطوير الإنتاج ، والمؤسسات التكنولوجية بالدولة والمؤسسات الخاصة .

كما أنشئ مجلس لرؤساء الجامعات فى شيلى يرأسه رئيس جامعة شيلى لإعداد خطط سنوية لتنسيق جميع البحوث التكنولوجية التى تنفذها الجامعات .

وترجع الفكرة القائلة بأن العلوم فى الجامعات ينبغى أن تلعب دوراً فى التنمية الاقتصادية والاجتماعية إلى الأيديولوجية الإنمائية التى تبناها مجلس الأمم المتحدة الاقتصادى لدول أمريكا اللاتينية United Nations Econmic Commission For Latin America

٤- الولايات المتحدة الأمريكية

ينظر التعليم العالى كما يقول نيومان وكوتيرير فى الولايات المتحدة الى نفسه على أنه منافس عالمى قوى وبخاصة عند مقارنته بغيره من النظم فى البلاد الأخرى فى أى مكان فى العالم .

وتدير الولايات الأمريكية التعليم العالى أساساً ، كما وتحدد كل مؤسسة عامة دورها وتنظيماتها التي تحكم التمويل والإدارة ومنظور العمل . كما أن النظام الآن يتجه نحو منافسة أكبر ، معتمداً أكثر على قوى السوق ، وبشكل أقل على القواعد التقليدية . وتنمو الآن مجموعة من القوى تثير المنافسة داخل المؤسسات التقليدية ، للتعليم العالى الأمريكى ، وهذا من شأنه إيجاد فرص جديدة ، مع ما يمثله ذلك من أخطار للجامعات والكليات والمجتمع أيضاً.

ورغم أن الولايات المتحدة الأمريكية تمتلك ثروات هائلة وموارد متنوعة وتتميز الحياة فيها بالديناميكية ، فإنها تواجه أمراضاً اجتماعية بيئية . إذ إنه رغم الوصول إلى القمر والفضاء الخارجى إلا أن هناك أماكن تواجه مشكلات كبيرة ، ولا يستطيع أبناؤها التغلب عليها . وقد يرجع ذلك إلى عدم استثمار الموارد المتاحة لإقامة بنية اجتماعية أساسية تتمثل فى شبكة قومية لنظام للبحث البيئى التنموى .

وهنا يظهر الاهتمام بالبحث المعتمد على البيئة Community - Based Research وهو البحث الذى يتم عن طريق البيئات المحلية وبمشاركتها ، ومن أجل حل مشكلاتها فى آن واحد .

وهذه النوعية من البحوث تختلف عن بحوث التطوير أو مدخل البحث والتنمية Research and Development ، الذى تقوم به مؤسسات البحث بالنيابة عن جهات الأعمال العامة والخاصة ، ويختلف كذلك عن البحوث الأكاديمية العلمية .

ويمكن أن نلمح عدداً من سمات هذه البحوث بشكل أساسى عن التيار الرئيسى للبحوث ، فى أنها تجرى بارتباط قوى مع الجماعات المحلية ، التى تهمها المشاركة والوقوف على النتائج ، واستخدامها وتوجيه الجهود على ضوئها لبناء تغير اجتماعى حقيقى .

وهى بذلك تنمى العلاقات الاجتماعية والثقة ، معتمدة على المجتمع المدنى ودوره وحيويته فى الأزمات والكوارث .

ويضاف إلى ذلك تزايد الطلب على البحوث المعتمدة على البيئة إذ إن هناك طلباً متزايداً على هذه النوعية من البحوث، لأنها تعتبر مكوناً أساسياً للمنح التى تقدمها وزارة الإسكان والتنمية الحضرية .

وتتحقق جهود البحوث المبنية على البيئة من خلال مشاركات الجامعات والبيئات University - Community Partnerships ، حيث تشارك مؤسسات التعليم العالى ، ومنها الجامعات ، الجماعات المحلية فى تطبيق البحوث والخدمات التى تقدم لحل المشكلات الحياتية إنهم جميعاً يعملون على التكامل من خلال المشاركة فى المناهج والدراسات الأكاديمية والأنشطة الطلابية ، بما يجعلهم جزءاً من المهمة المطلوب تحقيقها .

ولما كانت الجامعات الأمريكية تضم أفضل القوى البشرية من ذوى التميز الفكرى والابتكار ، مقارنة بأى مؤسسات اجتماعية أخرى فإن الكثير منها يعتمد على مشاركة المجتمع فى تناول الموضوعات الاجتماعية الاقتصادية المعقدة التى تواجهها البيئات المحلية المحيطة بالجامعات كالفقر والبطالة والجريمة وفقدان المأوى ، وغير ذلك . ويمكن للجامعات القيام بدور أساسى فى إعادة بناء المجتمعات المحلية الكبيرة والصغيرة .

وتحقيقاً لهذا الدور أسس قسم (وزارة) الإسكان والتنمية الحضرية Department of Housing and Urban Development (HUD) عام ١٩٩٤ مكتب المشاركات الجامعى Office of University Partnerships (OUP) لتشجيع جهود الجامعات وتوسيعها من أجل الإسهام فى تنمية مجتمعاتها المحلية ويقدم المكتب المساعدات التى تدعم دراسة هذه المجتمعات ، وتحقق فاعلية الجامعات فى مجهوداتها للتنمية المستمرة . ويهدف هذا المكتب إلى تحقيق الأهداف الآتية :

١- الاعتراف بالنماذج الناجحة للأنشطة الجامعية ، من خلال مشروعات إعادة الحيوية ، وتقديم الدعم المادى لهذه المشروعات .
٢- بناء جيل ثان من القيادات العلمية الدارسة فى المجتمعات الحضرية ، وتشجيعهم لتركيز نشاطهم التطبيقى للسياسات التنموية .

٣- خلق مشاركات مع الوكالات الفيدرالية الأخرى لدعم الخدمات والبحوث والتعليم بطرق مبتكرة.

ويخدم مكتب المشاركات الجامعي الجامعات والباحثين والطلاب عن طريق برامج المنح ، والمؤتمرات المختلفة والبحوث الترابطية كما يقوم بتقديم خدمات نشر المعلومات عن إسهامات الجامعات فى تطوير البيئات المحلية وجهودها التنموية المرتبطة بها ، كجزء من تحقيق أهداف المكتب .

وتحت مظلة المكتب قامت جامعات عديدة بمشروعات لخدمة مجتمعاتها ، ومن ذلك أن جامعة إيمورى Emory University التزمت ليس فقط بالمنح الدراسية لاكتشاف المعارف الجديدة ولكن أيضاً بالمنح المقدمة لتطبيق هذه المعارف لمواجهة المشكلات المحلية الهامة . وتضع الجامعة قدراتها الأكاديمية العالية ممثلة فى أعضاء هيئة التدريس والباحثين بها وطلابها لمساعدة المجتمعات المحلية لتحقيق تغير أجتماعى تقدمى يمكنها من الوصول إلى أفضل مواجهة للمشكلات الملحة من خلال المشاركة مع الجماعات المحلية والمنظمات والوكالات المختلفة منطلقة من تصميم بحوث ودراسات تطبيقية تنفيذية .

ووصولا إلى تحقيق هذا الهدف فإن مكتب المشاركات الجامعي (OUCP) يشارك مكتب جامعة إيمورى للتخطيط المؤسسى والبحوث Emory's Office of Institutional Planning and Research فى وضع قاعدة بيانات عن المشاركات المحلية، ويتم من خلال قاعدة البيانات المذكورة مساعدة أعضاء هيئة التدريس فى التعرف على الجهود المختلفة لزملائهم فى مجتمع أطلانطا الكبرى Greater Atlanta Community وتشجيع المشاركة بين الباحثين بالجامعة وأعضاء هيئة التدريس بجامعات أطلانطا الأخرى ، ومع الجمهور وقادة المجتمع والهيئات العامة والخاصة بالإقليم .

ويقدم المكتب دعما ماليا من خلال برنامج المنح الصغيرة Mini - Grant Program للمشاركات الجامعية والمساعدات البحثية عن طريق برنامج زمالة الدراسات العليا لمشاركات المجتمعية لدعم الدراسات البحثية المبنية على البيئة ، التى تلبى حاجات محلية ملحة.

ولقد أقر الكونجرس عام ١٩٩٢ المشروع الذي تقدم به قسم (وزارة) الإسكان والتنمية الحضرية HUD بإنشاء مراكز للمشاركات الامتدادية للمجتمعات المحلية Community Outreach Partnerships Centers (COPC) كآليات لتقرير جدوى المشاركة (وتيسيرها) بين الجامعات وغيرها من مؤسسات التعليم العالي والمجتمعات المحلية لحل المشكلات الحضرية ، من خلال البحث والامتداد الجامعي وتبادل المعلومات . وينظر إلى التيسير Facilitation باعتباره الأساس الذى تقوم عليه المراكز .

وتضع المراكز برامج تمكن الجامعات من مشاركة المجتمعات المحلية من القيام بحل المشكلات البيئية على أساس من البحث العلمي التنموى . ومن شأن هذه الأنشطة البحثية تشجيع الجامعات على الانتقال بخبراتها إلى بيئاتها وخلق مبادرات تخدم المجتمع .

وتشجع هذه المركز الجامعات وتثرى أداءها عن طريق تنمية القوى البشرية العاملة بها من أعضاء هيئة التدريس والطلاب ، ودفعهم إلى ألا يكونوا مجرد راصدين لمشكلات بيئاتهم ، ولكن يتحدوها باستخدام المعارف والابتكارات والمشاركات المباشرة فى وضع حلول لها .

وتهتم المراكز بألا تكون المجتمعات المحلية الحضرية مجرد معامل بحثية للجامعات ، ولكنها مشاركة بإيجابية فى التعرف وتحديد الأولويات التى تتضمن تنفيذ الأنشطة الهادفة إلى التنمية .

الدور الفيدرالى لتمكين الجامعات والمجتمعات المحلية The Federal Role : Empowering Universities and Communities

يرجع نمو المشاركة الجامعية المحلية في السنوات الأخيرة إلى التزام المشاركين المحليين وتشجيع مبادرات التعاون المشترك .

وتقوم الحكومة الفيدرالية بدورها من خلال قسم الإسكان والتنمية الحضرية (HUD) الذى يسعى إلى بناء مجتمعات محلية قوية ، وضرورة الدور الداعم للأنشطة المحلية التى تقوم بها الجامعات والكليات .

وينطلق القسم من فرضية مؤداها أن الحكومة الفيدرالية لا تسعى إلى فرض حلول على المحليات والولايات من خلال برامج مركزية موجهة ، إذ إنها تؤمن بأن الحلول الحقيقية توجد فى البيئات المحلية ذاتها من خلال مشاركة القيادات المحلية والمبادرات المحلية .

كما تنطلق من الاعتراف بدور الجامعات والكليات الأمريكية فى القيام بدور فعال فى إعادة بناء المجتمع المحلى .

ويسعى المكتب على ضوء هذه المنطلقات إلى زيادة الفاعلية والتنمية المستدامة من خلال ما يلى :

١- كفالة الحوار بين الجامعات والمشاركين المحليين ، وما يمكن أن يؤدى إليه ذلك من التعلم بالتبادل . ويعقد المكتب مؤتمرات واجتماعات عن المشاركة المحلية بالاشتراك مع هيئات جامعية مختلفة .

٢- نشر نماذج عن الأنشطة الجامعية المجتمعية المشتركة :

ويتم ذلك عن طريق نشر مجلدات المشاركة الجامعية المجتمعية ، والصحف والمجلات وغيرها من المطبوعات التى يصدرها .

٣- الدعوة إلى خلق فرص جديدة للمشاركة ويتم ذلك عن طريق ربط الجامعات بشكل أوثق بالبرامج الأخرى لقسم الإسكان والتنمية الحضرية ، والموارد والمشاركات الأخرى .

٤- تدريب القادة الحضريين المعاصرين والمستقبليين ، من خلال برامج المنح المختلفة التى يقدمها قسم الإسكان والتنمية الحضرية .

٥- تصنيف القدرات والإمكانات البحثية الهائلة للجامعات الأمريكية بما يجعلها موائمة لمواجهة المشكلات المعاصرة للبيئات الحضرية .

٦- وضع أسس التطوير المستمر بين الجامعات بعضها البعض ، وداخل المجتمعات المحلية وتهتم برامج المكتب بتنمية القدرات البشرية الذاتية وتكوين علاقات تساعد على دفع مجهودات إعادة الحيوية للجهود طويلة المدى بدلا من تقديم الدعم المالى والخدمات المباشرة.

ومع ذلك يقدم المكتب تمويلاً ومصادر تقنية ، ودعماً بشرياً للمجتمعات المحلية متى كان ذلك لازماً .

ويقوم أيضا بدور حيوى ، رغم محدودية الموارد العامة المتاحة ، فى تقدم واستمرار حركة المشاركة الجامعية المجتمعة ، مهتما بـــ :

١- زيادة الوعى داخل مجتمع التعليم العالى عن أهمية العمل التشاركى مع المجتمع وكيفية القيام به .

٢- تدعيم وتشجيع بذور المشاركة .

٣- تقديم التمويل وتيسيرات الاتصالات التى تساعد على قيام المشاركة واستمرارها.
٤- الإفادة من الأفكار والمنظورات التى تتمخض عن الخبرات الأخرى للمشاركة بين الجامعات والمجتمعات المحلية ، لزيادة فاعلية عمليات المشاركة .
٥- تقديم قيادة قومية دائمة لمأسسة مشاركة المجتمع المحلى ، كجزء متكامل للمفهوم الأمريكى للتعليم العالى .

وقد صمم برنامج المركز من أجل تطوير مشاركة الجامعات والمحليات بتقديم موارد وحوافز وإرشادات كثيرة ومتنوعة ، وهو يشمل الجامعات والكليات ، وكليات المجتمع والمعاهد التقنية ، إذ لكل منها إسهاماته الهامة وموارده التى تسهم في إعادة الحيوية للمحليات.

وتقدم المراكز لمؤسسات التعليم العالى النواحى الآتية من أجل التعاون والتكامل :

١. الأموال اللازمة للبدء فى تحويل الأفكار والنوايا الحسنة إلى أفعال حقيقية فى المجتمعات المحلية.
٢. المرونة فى ترتيب الأولويات ، وتفصيل الاستراتيجيات القائمة على المشاركة البيئية للموارد والاحتياجات المحلية .
٣. تفعيل التغير النسقى المقبول داخل الجامعات والمجتمعات المحلية.
٤. شرعية العمل مع المجتمعات المحلية بدلاً من العمل بالنيابة عنها.

أنشطة مركز المشاركات الامتدادية المحلية :

تتضمن الأنشطة التى تمولها المراكز مئات المشروعات في أعداد هائلة من المحليات . وتشمل كل منحة أنشطة متعددة تضم التخطيط والتعليم والوظائف والأعمال ومساعدات الإسكان والصحة والأمان والبيئة ، وغير ذلك .

وتنظر الجامعات وغيرها من المؤسسات الأكاديمية إلى هذه المراكز كآليات لمقاربة العمل الإجتماعى للتعليم ، بما يثير الطلاب والأساتذة مهنياً وأكاديمياً .

كما تنظر إليها المحليات كوسائل لمستوى جديد من التمكن الذى يضع أسس التقدم المستمر فى أيديها . ومن أمثلة هذه المراكز وما تقوم به ما يلى :

١- مركز المشاركة المحلية الامتدادية في جامعة مارشال Marshall University ويساعد في تنظيم وتيسير عملية تقاسم الرؤية Vision Sharing ، من خلال المجتمعات المحلية ، وما يؤدى إليه من التحرك لعلاج الأزمات الاقتصادية ، الناتجة عن إغلاق المصانع وتسريح العمال العاملين بها .

ويلقى المركز دعما من إدارة الجامعة ، للقيام بتطوير المحليات بأنشطة التخطيط التى تتيح الفرصة للجامعات والكليات لتوظيف طاقتها فى جمع البيانات وتحليلها ، بما يساعد على تحديد نواحى القوة والاحتياجات المحلية .

٢- مركز المشاركات الامتدادية المحلية بجامعة ممفيس University of Memphis ، ويقوم بمساعدة المشاركين المحليين من جمعيات التنمية المحلية فى المشروعات الخاصة بتدريب طلاب المدارس الثانوية على جمع البيانات باستخدام تقنيات نظم المعلومات الجغرافية للتخطيط الاستراتيجي . ويساعد هذا الأسلوب فى تحديد الفجوات الموجودة بالسوق ، بما يمكن من إنشاء مؤسسات تجارية جديدة .

٣- مركز المشاركات الامتدادية المحلية بجامعة أ ، م بتكساس Texas A and M . University ، ويقوم بمشاركة قسم الخدمات الممتدة الزراعية ومعهد تكساس للنقل ، وغيرهما فى تحديد المعلومات التى يحتاجها الناطقون بالإسبانية من السكان على الحدود بين تكساس والمكسيك .

٤- مركز المشاركات الممتدة بجامعة ولاية جورجيا ، ويقوم بمشاركة مدارس أطلانطا الحكومية وغيرها فى مشروع تعليم جميع الأطفال القراءة Teaching All Children to Read ، وقد وجه المركز الجهود للمساعدات التعليمية العلاجية .

٥- مركز الدراسات الممتدة بجامعة بنسلفانيا University of Pennsylvania والمدرسة الثانوية بجامعة مدينة فيلادلفيا ، وقد وضعا معا برامج بالتعاون مع أبناء المحليات لتطوير التعليم . وتم من خلال الدراسات البيئية تشجيع تطوير إدارة الأعمال القائمة على المدرسة .

٦- مراكز المشاركات الممتدة لجامعة ماساشوستس فى بوسطن UMB ، وكلية المجتمع فى روكسبرى وكلية المجتمع فى تل بانكر ، وقد اشتركت مع ثلاث روابط محلية للأعمال لتأسيس مجموعة عمل صغيرة تساعد المحليات فى تطوير وتنفيذ خطط اقتصادية استراتيجية أكثر فاعلية ، وإيجاد حلول للمشكلات المشتركة .

وهذه المراكز لا تساعد الأعمال المعتمدة على البيئات المحلية فقط فى تحديد الفرص الجديدة للتجارة والعمل ، ولكن يمكنها أن تبين كيف يمكن للصناعات المحلية أن تنمو وتضيف ميزات تنافسية جديدة .

وتبين الأمثلة والنماذج السابقة كيف تقوم المراكز بالمساعدة على قيام أعضاء المحليات بتنمية بيئاتهم واكتساب المعارف والمهارات والخبرات ، وتحديد الاحتياجات وعلاج المشكلات والتنمية.

وقد قامت جامعات مثل جامعة ماساشوستس فى لوويل University of Massachusetts-Lowell ، بتغيير القواعد الإدارية بها لضمان توفير الوقت لأعضاء هيئة التدريس الذين يطورون المقررات الدراسية ، بما يسمح للطلاب بالمشاركة بالتعلم من البيئة، والإسهام فى البحوث التطبيقية.

ارتباط البيئة / الجامعة Community - University Connection :

وتنطلق هذه الارتباط والصلات من أن المعرفة العلمية مكون أساسى للسياسات البيئية وصناعة القرار . ومع ذلك فإن البحث العلمى ربما يفشل فى دعم أهداف المجتمع المحلى إذا ما بعد عن الأولويات المحلية أو خلا من المعرفة بالظروف المحلية والمشاركة . ومن هنا فإن ارتباط البيئة / الجامعة يؤسس على الفرض القائل بأنه لمساعدة حماية المجتمع المحلى ينبغى أن يقوم البحث العلمى على أساس ما هو محلى ، متناولاً البيانات والمعارف والخبرات المحلية ، ومحترما التقاليد المحلية والقوانين . وتحقيقاً لذلك فقد تم تأسيس المشاركات البحثية للبيئة / الجامعة ، منمذجة على نظام محلات العلم Science Shops الهولندى . وقد أسست هذه المحلات فى السبعينات لتقديم خدماتها بالجامعة ، حيث يمكن للمواطنين والجماعات المحلية الارتباط المباشر مع الباحثين للمساعدة فى حل المشكلات البيئية ذات الصلة بالمجتمع المحلى .

وتهدف ارتباطات البيئية الجامعية كمبادرات إلى اكتشاف استخدام العلوم فى السياسات البيئية والاجتماعية والقيام ببحوث مؤسسة على البيئة أساسها المشاركة كأداة لقرارات بيئية أفضل قائمة على أسس مركبة للعلاقات الإنسانية والبيئية .

وقد أسست شبكة من المنظمات المحلية والباحثين بالجامعات الذين يهتمون بالبحوث التعاونية والجماعية للقضايا البيئية ، وتساعد هذه الشبكة على :

١- بناء ارتباط أوثق داخل الجامعات والمحليات ، وبينها لتيسير تبادل المعلومات والبحوث التشاركية .
٢- تحديد محكات البحوث المبنية على البيئة ، مستخدمة أسلوب دراسة الحالة .
٣- تحديد الموضوعات الأخلاقية فى التعاون البيئي / الجامعي البحثي ، والحدود المؤسسية للمشاركات بين الجامعات والمجتمعات المحلية .
٤- تشجيع الدور المناسب للمعرفة المحلية والتقليدية فى البحوث وصنع السياسات .

نماذج للبحوث التطبيقية للجامعات :

ونعرض فيما يلى عددا من الخبرات والنماذج التي قامت بها الجامعات فى مجال البحوث التطبيقية .

١- مقرر البحث التطبيقى المؤسس على المجتمع المحلى Community-Based Applied Research Course بجامعة ولاية أريزونا ASU ، حيث يقدم مركز البحوث الحضرية بها كل فصل دراسى مقررا أو برنامجا للطلاب للتدريب على مهارات البحوث التطبيقية ، ومعلومات مفيدة عن المنظمات التى تخدم المجتمع، ويقوم طلاب مرحلة البكالوريوس ، على ضوء احتياجات هذه المنظمات بتصميم مشروعات بحثية وتنفيذها . كما يشاركون فى حلقات المناقشة أسبوعياً ، ويعدون تقارير بانطباعاتهم عن خبراتهم المحلية .

٢- مجموعة بحوث الأساتذة الطلاب Faculty/Student Research Group بجامعة ولاية أوجستا Augusta State University فى جورجيا ، وتدرس المجموعة موضوعات مختلفة معا ، ويقومون بتقديم أوراق بحثية مع أفراد المحليات والمجتمع ، ويشاركون قادة المجتمع فى تطوير مشروعات الخدمات التى يمكن للمجموعة الإسهام فى تخطيطها وتنفيذها . وتتعاون المجموعة معا ، ومع المنظمات المحلية فى مشروعات البحوث التطبيقية .

٣- برنامج : قم ببناء كليفلاند الكبرى Build up Greater Cleveland Program

ويقوم المركز الحضرى لكلية ليفين لشئون البيئة بجامعة ولاية كليفلاند Cleveland State University بالتعاون مع رجال الأعمال المحليين والإدارات المختلفة بالولاية ومدنها ببناء هذا البرنامج الذى يقوم على المشاركة العامة والخاصة لتحقيق نمو اقتصادى يساعد فى تطوير البنية الأساسية للولاية .

ويعتمد نجاح البرنامج على المشاركين المتعددين به من رجال الأعمال ، وممثلين لمدينة كليفلاند وقسم النقل بأوهايو ، وغير ذلك .

٤- نظام مقاييس الأداء Performance Measurement System بجامعة ولاية أوريجون (O.S.U) . وتقوم لجنة أوريجون للأطفال والعائلات بالعمل الجماعى مع برنامج سياسة الأسرة بالجامعة لوضع وتنفيذ نظام لمقاييس الأداء يؤكد على المحاسبية لنتائج برامج الأطفال والشباب والعائلات، وقد قام أعضاء هيئة التدريس بتحديد الصلات العملية بين أهداف الولاية ومؤشرات القياس المرجعى Benchmark ، وقد تم التوصل إلى وضع ثلاثة أدلة تلخص البحث . وقامت المحليات بتطبيقها فى قياس سلوكيات الطلاب وأداءاتهم ، وما يرتبط بها من المخدرات والسلوك المنحرف ، مثل انحراف الأحداث ، وحمل الصغار والسلوك السوى متمثلا فى النواحى المتصلة بنمو الطفولة المبكرة والتعليم ، وغير ذلك من موضوعات .

٥- مركز السياسة الإجتماعية وتنمية المجتمع Center for Social Policy and Community Development بجامعة تمبل Temple University ، وتقوم جامعة تمبل بتشغيل هذا المركز لتحقيق تنمية بيئية واقتصادية على المستوى القومى . ويقوم المركز ببحوث متصلة بالتوظف والتدريب والإصلاح الاجتماعى والتنمية الاقتصادية والانحرافات الصغار ، والنواحى المهملة التى تؤثر على البيئة والهيئات المختلفة، ويقوم المركز بخدمات بحثية متنوعة منها دراسات الجدوى وقياس الاحتياجات وقد قام المركز بدراسة شاملة فى شمال فيلادلفيا للتنمية الاقتصادية والبيئية فى البيئات المحلية منخفضة الدخول . كما يقوم المركز بمهام تقويم الصناعات ، بالتعاون مركز فيلادلفيا الصناعى، ويقدم المركز منحا لأعضاء هيئة التدريس بالجامعة ، الذين يعملون مع الطلاب والمنظمات المحلية فى مجالات البحوث والبرامج والأنشطة التنموية ذات الصلة بالموضوعات البيئية المحلية .

٦- مركز البحث الحضرى والتعلم The Center for Urban Research and Learning (CURL) بجامعة لويولا شيكاجو Lyola University Chicago ، ويعتبر هذا المركز مركزا غير تقليدى ، يقدم نموذج تجديديا للتعليم والتعلم خارج حرم الجامعة وقاعات الدراسة لتنمية مشاركة متكافئة بين الجامعة والمجتمعات المحلية فى شيكاجو، ويهتم مركز البحث الحضرى والتعلم بتكافؤ الفرص وتحسين حياة الناس فى المجتمعات المحلية فى جميع أنحاء الولاية ، ويسعى إلى تحقيق هذا الهدف عن طريق البحوث الجماعية التشاركية والجهود التربوية .

وتساعد هذه البحوث والجهود التشاركية فى ربط أعضاء هيئة التدريس والطلاب بالمجتمع المحلي ، والمنظمات غير الهادفة للربح ، والمجتمع المدنى ، والوكالات الحكومية، ويحقق العمل معا اشباع الحاجات البيئية وإثراء الخبرات الأكاديمية..

مشروعات البحوث الجماعية Collaborative Research Projects :

وتوضع هذه المشروعات المبنية على البيئة مع المنظمات البيئية فى كافة أنحاء شيكاجو ، وتتناول عددا كبيرا من المشكلات مثل عدم وجود مأوى ، والإصلاح الاجتماعى ، والجوع والتغذية ، وصحة المجتمع ، والأمان ، ورعاية الطفل ، والإسكان ، والتدريب على الأعمال ، والعنف وغيرها .

وقد تضمنت مشروعات البحوث الجماعية نموذجين من المشروعات هما :

١- نموذج الفريق Team Model

إذ تنظم معظم المشروعات وفق هذا النموذج ، وعادة يضم الفريق أعضاء من منظمات المجتمع ، وأعضاء هيئة التدريس بجامعة لويولا ، وطلاب الدراسات العليا والطلاب الجامعيين .

وتسعى هذه المشروعات إلى التعاون مع قادة المؤسسات المجتمعية ، ولا تتم طبقا للأجندة البحثية التقليدية ، لكن يتم ذلك وفقا لمهام هذه المشروعات وبما يترك لها أثر فى المجتمع .

ويلاحظ هنا أن الطلاب يكونون أعضاء فى فرق البحث بما يحقق فوائد حقيقية ، حيث يشعر الطلاب بالإلف عندما يعملون فى البيئة . ومن شأن ذلك كله منحهم التشجيع والدعم المتبادل وزيادة فرص النجاح وجودة العمل .

٢- نموذج البحث بالوكالة Research Brokering Model

وتنظم هذه المشروعات دون تكوين فرق . ويحدث ذلك عندما تركز المشـــروعات على الإفادة من موارد الجامعة كتلبية مطالب محددة من مؤسسات المجتمع المحلى ، وعنـــد إمكان ربط أعضاء هيئة التدريس بمشروع ما .

وغالبا ما ينحو هذا النموذج نحو المشروعات التقليدية .

البرامج الأكاديمية :

وتقدم هذه المشروعات بالتعاون بين كلية الآداب والعلوم وكلية الدراســـات العليـــا برامج أكاديمية تتيح فرص إثراء الدراسات الحضرية والبحوث الجماعية بعمق ، والبرنـــامج الإنسانى للشهادة العليا غير الهادف للربح ، ودراسات شيكاجو .

أما عن الدراسات الحضرية Urban Studies ، فإنها مجهودات مشتركة بين كلية الآداب والعلوم وهذه المشروعات . وتهدف إلى تقديم خبرات مباشرة للطلاب الجامعيين فـــى التعاون بين الجامعة والمجتمع المحلى ، وتقديم إطار عمل لمدخل هذه المشروعات فى بحوث العمل بمشاركة قادة المجتمع المحلى .

ويمكن للطلاب مهما تكن تخصصاتهم الالتحاق بهذه الدراسات المرتبطة بـــالبحوث القابلة للفعل Actionable Research ، وهى البحوث ذات الحيوية خارج جدران قاعـــات الدروس ، التى تؤثر على حياة من يعملون أو يدرسون فى المجتمعات المحلية في شيكاجو .

واما عن برنامج الشهادة العليا الإنسانى غير الهادف للـــربح Philanthropy and Nonprofit Sector Graduate Certificate فإنه يتضمن ثلاثة مقررات تزود الدارســـين بفهم متعمق للنظرية والممارسة ، وموضوعات السياسة العامـــة فـــى المجـــالات الإنســـانية والقطاع غير الهادف للربح فى البيئة المحلية .

ويقبل فى البرنامج طلاب الدراسات العليا من أقسام أكاديميـــة متنوعـــة والمهنيـــين العاملين بالميدان الذين يحتاجون إلى المعرفة والخبرة بالإقليم . ويجمع البرنامج بين الدراسة داخل قاعات الجامعة والخبرات التعلمية الميدانية .

وأما عن دراسات شيكاجو Chicago Studies ، فإنها دراسات تعتمد على مدخل دراسة الحالة من أجل الفهم المتعمق للمدن ، وتهدف إلى اكتشاف النواحي الفلسفية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية للمؤسسات الموجودة بالمدن الصغيرة فى شيكاجو ، وفهم كيفية التفاعل بين الحياة الإنسانية والثقافية.

ثمة ملمح هام بجانب مشاركة قادة المجتمع المحلى يتمثل فى المشاركة الفاعلة لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات ، من خلال برامج تركز على هذه المشاركة بهدف انخراط جميع أعضاء هيئة التدريس بها لتأكيد مفهوم البحث التطبيقى للجامعة الموجه لخدمة المجتمع وتنميته .

ونضرب أمثلة محدودة لهذه المشاركة منها:-

١- برنامج افعل شيئا Do Something Program بجامعة أوبرن Auburn University ، وهو برنامج لتنمية الجهود المحلية فى غرب ولاية ألبا ما يقدم منحا تنافسية لأعضاء هيئة التدريس عن الموضوعات الاقتصادية والتعليمية والرعاية الصحية والقيادة فى الإقليم وزيادة انخراط أعضاء هيئة التدريس فى الخدمات الامتدادية للجامعة، كما تقدم في إطار البرنامج ورش عمل لأعضاء هيئة التدريس وممثلى المجتمع المحلى لتحديد احتياجات الإقليم.

٢- وهناك برنامج المعلمين فى محال إقامتهم Teachers-In-Residence بالجامعة فى مونتجمرى ، وفقا لاتفاق بينها ومدرسة التربية فى مونتجمرى وإدارة التعليم بها وعدد من مدرسى الفصول العاملين بالمدارس . ويتم فى إطار هذا البرنامج تدريب الطلاب فى عام الامتياز .

٣- برنامج الخدمة / التعلم Service / Learning Program بجامعة شرق كونكتيكت إذ تقدم الجامعة البرنامج بالتعاون مع الوكالات المحلية لتزويد أعضاء هيئة التدريس بالقدرات القيادية للعمل مع المجتمعات المحلية .

٤- برنامج للخدمات الإنسانية Project for Human Services بجامعة روان Rowan University فى جلاسبورو بنيوجرسى ، ويهتم بالتدريب والتكنولوجيا للعمال في نيوجرسى .

ويقوم أعضاء هيئة التدريس بإعداد مواد تدريبية لمساعدة العاملين بإدارة خـــدمات الشباب والأسرة بالولاية على تقنيات المقابلة والملاحظة والمهارات الأخرى اللازمة لتقـويم الأطفال المهملين أو المنحرفين، كما يقوم أعضاء هيئة التدريس بإعداد مواد تدريبية للمشرفين والمستشارين بهذه الإدارة .

وهكذا يظهر أن مهام عضو هيئة التدريس لا تتوقف عند التدريس والبحث العلمـــي التقليدى ، بل تتعدى ذلك إلى القيام بالبحوث التطبيقية لخدمة المجتمـــع وأنشـــطة التـــدريب المتنوع.

هذا ، وقد اظهر هذا الجزء قبل استعراض الخبرات الاجنبيـــة ان ثمـــة محـــاولات تشريعية جامعية ومحاولات عربية لربط الجامعة بالبيئة ، وتوجيه البحوث الجامعية لخدمـــة المجتمع ، إلا أن هناك عثرات تواجه هذا التوجه ، ويرجع بعض هذه العقبات إلى المجتمـــع ذاته ، كما يرجع بعضها الآخر إلى الجامعات ، من حيث قيام الجامعات على فلسفة لا تشجع الخروج خارج الأسوار وضعف البنية الأساسية البشرية والمادية ، وتقوقع نسبة عاليـــة مـــن أعضاء هيئة التدريس ، وضعف الآليات التى تربط الجامعة بالمجتمع .

وبينت الخبرات الأجنبية أن " الاقتصاد القومى يعتمد بشكل متزايد على المعرفـــة ، وتدفق المعلومات ، والتكنولوجيا "، وأن هذه التكنولوجيا تهتم بالبحـــث العلمـــي وتطبيقاتـــه الحياتية ، وهى فى رأينا لا تقتصر فقط على مجالات الإنتاج بل تتعداها إلى كافـــة منـــاحى الحياة الاجتماعية من إدارة وتعليم وصحة ورعاية اجتماعية وترفيه وثقافة وتنور .

وإذا بدأنا نخرج بدروس مستفادة من هذا الجزء يمكن أن نؤكد على توجيـــه مهمـــة الجامعة نحو البحث العلمى لخدمة المجتمع ، نقرر أن البلاد الصـــناعية الآســـيوية ، وهـــى صناعية حديثة ، هى البلاد التى يطلق عليها النمور الأسيوية ، وكانت حتى عهد قريب بلادا غير متقدمة تواجه مشكلات عديدة ، تضعها فى مصاف البلاد المتخلفة ، إذ عانى معظمها من الاستعمار بأشكاله المختلفة ، والفقر والأحوال المالية المتردية ، وكان اقتصاد معظمها يعتمد على الزراعة والصناعة البدائية والمواد الأولية .

ثم قفزت هذه البلاد وفق استراتجيات للتنمية ، اهتمت بالتعليم واعتباره ركيزة التقدم ، وتنمية الاقتصاديات الوطنية ببناء بنية اقتصادية صناعية متقدمة تعتمد على التكنولوجيا ، ولم تهمل هذه البلاد أمورا في غاية الأهمية ، منها التواصل مع البلاد المتقدمة في كافة النواحي وتوجيه العولمة لصالحها الوطني ، والتأكيد على الهوية الوطنية ، وكذلك توجيه التعليم العالي والجامعي على رأسه لخدمة أهداف التنمية وتحقيقها ،.ولذلك كان للبحث العلمي في هذه الجامعات دوره الواضح في خدمة المجتمع.

وإذا انتقلنا إلى جمهورية الصين ، فإنها قد أخذت بالتوجه الشيوعي وإن كانت الشيوعية الصينية مختلفة عن الشيوعية السوفيتية ، إنها مصبوغة بصبغة صينية خاصة تتمشى مع ظروف الصين .

وقد وجدت الصين نفسها مع سقوط الاتحاد السوفيتي ، بل وقبله ، والتوجه نحو العولمة بعد ذلك ، ثم ظهور منافسين كبار حولها في اليابان والنمور الأسيوية ، وتعاظم الأخذ بالتكنولوجيا ، مضطرة إلى إعادة النظر في تطبيق الأيديولوجيا الشيوعية مرة أخرى لتتواءم مع المتغيرات السياسية والاقتصادية والعلمية والتكنولوجية من ناحية ، ولكى تحقق للصين وضعا متميزا يقودها إلى التقدم ، ولكى تصير قوى عظمى بالفعل.

ومن هنا جاءت سياسات الحزب الشيوعى التي رسمها وهندسها الزعيم الصينى دنج زياوبنج لتقود الصين إلى التحديث والمعاصرة والنهضة ، بإيلاء اهتمام بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية ، متخذة من التعليم والعلم والتكنولوجيا ركائز لهذه التنمية ، وقد حققت الصين أعلى معدل تنمية في العالم ، رغم كونها أكبر دولة فى عدد السكان فى العالم أيضا . ومن هنا كان التأكيد على دور التعليم العالى بعامة والجامعات بخاصة فى توليد التكنولوجيا وتطبيقاتها لخدمة المجتمع.

وشجعت الصين فى هذا الإطار المبادرات الفردية المحلية فى كافة مجالات الحياة ، وربطت الجامعات بالاقتصاد والإنتاج والتنمية ، وحل المشكلات المحلية والوطنية .

أما دول أمريكا الجنوبية ، فإنها هى الأخرى أخذت بالحرية الاقتصادية كمدخل للعصرنة والاستجابة للمتغيرات الدولية والمحلية وتحقيق التنمية .

واتجهت هذه الدول إلى إقامة بنى أساسية قوية تلائم التنمية والاستثمار والتحول الاقتصادى ، ساعدتها على جذب استثمارات أجنبية . وصاحب هذا التوجه اهتمام كبير بالتعليم تطويرا وتحديثا من حيث رفع مستوى كفاءته ، وربطه بالاحتياجات الوطنية ، وتوجيهه لخدمة المجتمع والتنمية .

وتبنت أيضا سياسات جديدة – فى ذات السياق – لتحديث التعليم العالى بكافة نوعياته والتأكيد على جودته وربطه بالبيئة والمجتمع .

وأما الولايات المتحدة الأمريكية ، فإنها منذ نهاية الحرب العالمية الثانية ، وقبلها ، تسعى لأن تكون القوة العظمى الوحيدة فى العالم . فقد قامت بمشروع مارشال لإعادة بناء أوروبا وتزعمت حلف شمال الأطلنطى لتجعلهما – أوروبا والحلف – بمثابة حائط صد أمام الشيوعية المتنامية فى الاتحاد السوفيتى ، ثم ليكونا معها ، وقد كانوا جميعا معاول هدم له .

ونلحظ مسعى الولايات المتحدة للتفوق من عدة أمور ومؤشرات ، لعل من أظهرها ما أحدثه إطلاق السوفييت للقمر الصناعى سبوتنك عام ١٩٥٧ ، من صدمة عنيفة قلبت الموازين وأحدثت ثورة فى السياسات ، ويكفى أن نذكر أنه على أثر ذلك صدر قانون التعليم دفاع قومى عام ١٩٥٨ ، وبدأ بعده الاهتمام بتطوير التعليم ، وإعداد المجتمع للتفوق والتكنولوجيا .

وكان للولايات المتحدة الأمريكية ما أرادت ، إذ جرت الاتحاد السوفيتى إلى سباق لم يستطع الاستمرار فيه نحو التسلح وحروب الفضاء ، إلى درجة أنست قادته التنمية ، ووجد نفسه ينهار تماما ويتفكك ، وتتفكك معه أوروبا الشرقية ، ويوغوسلافيا التى تفككت إلى دويلات بعد صراعات عرقية دينية عسكرية .

وتتربع أمريكا كقوة عظمى وتعلن عن نظام عالمى جديد تهيمن عليه ، وتعيد ترتيب العالم وفق أهوائها ، وتقود العالم إلى صراعات عسكرية وحروب إلى الدرجة التى أطلق عليها الحرب العالمية الثالثة ، وبخاصة بعد أحداث الحادى عشر من سبتمبر ٢٠٠١ .

والولايات المتحدة الأمريكية هي أكبر قوة عسكرية ونفوذ سياسي في العالم تضرب عرض الحائط بالمنظمات الدولية ، وهي أقوى اقتصاد دولي ، وتقود أكبر التجمعات الاقتصادية عالميا ، وعملتها (الدولار) تتربع على عرش الاقتصاد . وهي في نفس الوقت النموذج العالمي الفريد للوحدة والاتحاد ، بين خمسين دولة (State) لأن كل ولاية من ولاياتها بمثابة دولة .

وهي أيضا قوة علمية تكنولوجية ، وبها أكبر جامعات العالم ، بما تضمه من قوى بشرية متميزة وتنظيمات فريدة ، وأنماط للتنظيم متميزة التنويع ، وإنتاجية عالية .

وقد قادها التوجه البرجماتي العملي – أمريكا وتكنولوجيتها وجامعاتها – إلى أن توجه تعليمها العالي لخدمة المجتمع ، وتبينت جامعاتها سياسات ناجحة للتنمية والتحديث .

ويمكن الخروج بانعكاسات هذه السياسات على تغير المفهوم البحثي ومفهوم الجامعة ومهامها نحو التنمية وخدمة المجتمع بما يلي :

١- خلق مناخ عام داعم للتكنولوجيا والتحديث ، والبحث العلمي ، وتوجيه البحوث العلمية الجامعية لخدمة المجتمع . وتمثل هذا المناخ في دعم الاعتقاد بضرورة حل المشكلات الاجتماعية على أسس علمية ، بما يعني تعديل ثقافة المجتمع لتكون موجهة بالعلم والبحث العلمي ، واستلزم تحقيق ذلك مجهودات لنشر التعليم ومحو الأمية ورفع إنتاجية التعليم ، وإبراز دور الجامعات في حل مشكلاته وتحديثه، كما استلزم توفير بنية أساسية جامعية للبحث العلمي من معامل ومختبرات ، ورفع مستوى أعضاء هيئة التدريس من حيث التأهيل وإعادة التدريب ورعايتهم ، وربط الجامعات بالمؤسسات المختلفة .

٢- وقد ارتبط ذلك كله باعتناق فلسفة تؤمن بأن الوظيفة التقليدية للجامعة المتمثلة في التعليم أساسا وبحوث أعضاء هيئة التدريس للترقية ينبغي أن تتغير ليكون البحث مهمة أساسية للجامعة لتطويرها من الداخل ، وتمكينها من تنمية ذاتها وتطوير مجتمعها .

٣- الاعتماد المتزايد على التكنولوجيا في الإنتاج والخدمات والحياة اليومية للمواطن والمؤسسات التعليمية .

٤- إعادة هيكلة الجامعات بما يبرز كون البحث العلمى من مهامها الأولى أولا ، وأنه ينبغى أن يهدف إلى خدمة المجتمع ثانيا وقبل ذلك .

٥- الاعتماد المتزايد على التكنولوجيا فى الصناعة والزراعة والخدمات والتعليم.

٦- التأكيد على الاستقلال الأكاديمى للجامعات .

٧- تحريك التعليم الجامعى نحو تحقيق أهداف التنمية .

٨- الاهتمام بالبحوث التطبيقية ، وبحوث التطوير والتنمية ، جنبا إلى جنب مع البحوث الأساسية ، وتسنى لها تحقيق هذا التوجه بأن تكون الجامعات أكثر توجيها بالبحوث

٩- انخراط طلاب المرحلة الجامعية الأولى فى العملية البحثية تدريسا وممارسة.

١٠- ربط الجامعات بالمؤسسات الصناعية المحلية / والمؤسسات متعددة الجنسيات ، والمؤسسات الزراعية والتجارية والخدمية .

١١- إنشاء آليات لتنسيق البحوث بين الجامعات ، بعضها البعض ، وربطها بالبحوث التى تتم خارج الجامعة لتوجه جميعا لخدمة المجتمع .

١٢- توفير التمويل اللازم للقيام بالبحوث التطبيقية والتطويرية ، تنويع مصادر التمويل.

١٣- ابتكار مراكز للتميز فى مجالات البحوث العلمية ومن أمثلتها ، حديقة العلم Science Park ، تجمع بين المؤسسات المستخدمة للتكنولوجيا المتقدمة وأجهزة البحث العلمى .

١٤- إيلاء اهتمام بربط ترقيات أعضاء هيئة التدريس بإنتاجياتهم البحثية الموجهة إلى حل بإنتاجيتهم المشكلات الإجتماعية .

١٥- الأهتمام بالبحوث التعاونية الجماعية ، التى تعكس تعاون التخصصات المختلفة فى دراسة المشكلات واقتراح حلول لها .

١٦- جذب الخبرات الوطنية وتهيئة المناخ اللازم لبقائها داخل البلاد وتسهيل عودة المهاجرة منها ، وتسهيل هجرة الخبرة الأجنبية اليها فى حالة الولايات المتحدة الأمريكية .

١٧- إزالة الحواجز بين الأقسام العلمية الجامعية ، والتوسع فى الدراسات البينية والدراسات متعددة التخصصات .

١٨- ابتكار أنماط جديدة للجامعات ، مثل الجامعات المرتبطة بمؤسسات الإنتاج والخدمات وتلك التابعة لها ، والجامعات التخصصية وجامعات البحوث ، وغيرها

١٩- التوسع فى إنشاء جامعات تكنولوجية بمفهوم عصرى للتكنولوجيا كعلم وتطبيق ، يجمع بين الطبيعى والأجتماعى والإدارى ، يرتبط بالمجتمع واحتياجاته .

٢٠- إنشاء مراكز تعليمية وبحثية جامعية مشتركة بين دولتين أو أكثر ، تسهل تبادل الخبرات والإمكانات ونقل المعرفة والتكنولوجيا.

٢١- تدريب طلاب الدراسات في ميادين العمل والإنتاج والخدمات ، وأن يكون لهم دور فى حل المشكلات البيئية وخدمة المجتمع.

٢٢- إهتمام الجامعات بدورها فى تدريب العاملين فى الإنتاج والخدمات من منظور علمى يأخذ فى الاعتبار الاحتياجات التدريبية والتكنولوجيا.

٢٣- إنشاء مجلس للعلوم يرأسه أحد رؤساء الجامعات يضم ممثلين للجامعات المختلفة وأجهزة البحث العلمى خارج الجامعة ، يضع السياسات العامة للبحوث العلمية وتوجيهها للتنمية.

٢٤- تبنى صيغة البحوث المبنية على البيئة Community - Based Research ، وهى البحوث الموجهة إلى البيئة ، التى تقوم بمشاركة أهل البيئة أنفسهم فيها.

٢٥- الاهتمام بالجماعات المحلية وقادة الرأى فى المجتمع عند صياغة سياسات البحوث التطبيقية والتنموية.

٢٦- التأكيد على المشاركة الجامعية المجتمعية المحلية بشكل مكثف عند دراسة المشكلات ، ووضع الحلول ، والتنفيذ ، والتقويم.

٢٧- التخطيط العلمى للأجهزة الحكومية غير التعليمية ، ووضع سياسات وآليات لتشجيع البحوث الجامعية التطبيقية . ويتمثل ذلك بشكل كبير فى الخبرة الأمريكية ، حيث قام قسم الإسكان والتنمية الحضرية ، وهو وزارة فيدرالية بإنشاء مكتب المشاركات الجامعى كآلية لتحفيز الجامعات والبيئات على الترابط وتنفيذ سياسات توجيه البحث الجامعى لخدمة المجتمع.

٢٨- تشجيع النماذج الناجحة للبحوث المرتبطة بالبيئة ، فى تناولها مشكلات صعبة وإيجاد حلول ناجحة.

٢٩- تخصيص منح عديدة لتمويل البحوث الجامعية الموجهة للبيئات المحلية وعلاج القضايا المجتمعة الوطنية .

٣٠- التنوع الهائل فى برامج البحوث والأنشطة الجامعية الموجهة نحو البيئة لتشمل التدريب ، وتدريس مقررات عن البحوث التطبيقية وإعادة بناء المجتمع المحلى .

٣١- الاهتمام بالأنشطة الجماعية التعاونية ، وتدريب الطلاب عليها فى كافة المستويات للتمهيد لإعدادهم لمشاركة أبناء المجتمع المحلى فى البحوث العلمية التطبيقية .

٣٢- الاهتمام بحوث العمل والفعل Action Research كبحوث عمليات ميدانية تضع حلولا فورية للمشكلات .

وهكذا نجد أن الجامعات لا تعيش فى أبراج عاجية ، وأنها لا تقف فقط عند مهمة التعليم ، بل تعتبر أن البحث العلمى أساس للتعليم وأساس للتنمية وأساس للتنور ، إنه – أى البحث العلمى فى كافة المجالات – أداة لخدمة المجتمع أيا كان نوعه .

خامساً نحو مفهوم للجامعة يؤكد على دور البحث العلمي في خدمة المجتمع

بينت الدراسة فى مواضع عديدة أن البحث العلمى بعامة مدخل أساسى للتنمية وخدمة المجتمع ، وأن الجامعة مؤسسة قائدة فى هذه التنمية ، تضع سياسات للبحوث العلمية ، تجعلها منتجاً للمعرفة ومطبقا لها .

وقد توصلت الدراسة إلى نموذج لمهام الجامعة يأتى البحث العلمى فى قمته بما يعنيه من إنتاج المعرفة وتطبيقها فى مجالات ثلاثة أخرى ، تمثل مهاماً للجامعة أيضاً ، هى التعليم وإعداد الاختصاصيين وقد أوضح تحليل هذا النموذج دور البحث العلمى فى التعليم وتطويره ، ودوره كمنتج للمعرفة فى التنوير وخدمة المجتمع ونشر المعرفة والتعليم المستمر ، ثم دوره الهام كمنتج للمعرفة أيضا ، ومطبق لها فى خدمة المجتمع .

ولعل هذا النموذج يبين أن المفهوم الحديث للجامعة يؤكد على أن البحث العلمى لخدمة المجتمع فى كل مراحله ومستوياته ، وتحقيقا لذلك يقترح ما يلى :

١- التأكيد على الهوية الوطنية ، والقوة الذاتية وإقامة علاقات قوية مع الدول العربية ، والتأكيد على الحرية والديمقراطية فى الحياة كلها والاستقلال الملتزم للمؤسسات التعليمية .

٢- الانفتاح على العالم كله ، بإقامة علاقات قوية بالبلاد المتقدمة فى كافة المجـالات ، والتعاون الدولى لمواجهة المشكلات المختلفة .

٣- التأكيد على دور العلم والمعرفة والتكنولوجيا كعلم وتطبيق فى التنمية، واعتبار التقدم وإنتاج المعرفة هدفا ومهمة قومية ، والإقلاع عن الحلول المرتجلة للمشكلات.

٤- وضع سياسات وطنية للتنمية ، تحقق تطوير المجتمع ريفه وحضره دون تفرقة ، سندها العلم والبحث العلمى .

٥- محو الأمية العلمية والتكنولوجية كقاعدة وكأساس لبناء مجتمع يؤمن بقيمه العلم والبحث العلمى .

٦- تطوير التعليم قبل الجامعى ، بحيث يراعى المتغيرات المختلفة ، ويهتم ببناء المواطن المنتمى المتفتح القادر على الوصول إلى المعرفة والابتكار والتعلم الذاتى .

٧- تطوير التعليم الجامعى (والعالى) وإعادة تنظيمه ، ليشمل نوعيات متنوعة منها :

أ- الجامعات الشاملة Comprehensive Universities.

ب- الجامعات المتخصصة Specialized Universities كالجامعات الزراعية وجامعات العلوم الحيوية الطبية والجامعات الهندسية ، وغيرها.

ج- الجامعات التكنولجية Technologiocal Universities ، كما تضم أنماطا أخرى حصرها هنا وزميله فيما يلى :

د- الجامعات التقليدية الممتدة Extended Traditional Universities وهى جامعات تطورت من جامعات تقدم تعليما بالمواجهة Face to face إلى جامعات ذات نماذج مختلطة أو ثنائية عن طريق التعلم من بعد .

هـ- جامعات للربح تركز على الكبار . For Profit Adult Centered University ومنها جامعة فونيكس على الخط المباشر University of Phonix on line وجامعات التعليم من بعد ، والمبنية على التكنولوجيا Distance Education Technology Bsed Universities ، مثل الجامعات المفتوحة وما يطلق عليها الجامعات الكبرى.Mega Univiersity ، ومنها على سبيل المثال الجامعة المفتوحة فى المملكة المتحدة وجامعة إنديرا غاندى القومية المفتوحة فى الهند وجامعة الأناضول التركية.

و- جامعات المؤسسات Corporate Universities ، مثل جامعات أمريكان إكسبريس وإنتل، وديزني.

ز- التحالفات الاستراتيجية للجامعة / الصناعة Strategic Alliances **University Industry** ومنها جامعات اسكتلندا الأربع عشرة التى اشتركت مع الدولية للأنباء لتشكل اتحادا للمعرفة الاسكتلندية ، وجامعة ملبورن التى تقود إحدى وعشرين جامعة والمشاركة الجامعية – الجامعية الدولية مع طومسون للتعليم.

ح- جامعات الدرجة / الشهادة المبنية على الكفاية Degree / Certification Competency- Based Universites كجامعة الحكام الغربية Western Govereners University وجامعة إكسلسيور فى نيويورك .

ط- الجامعات الكوكبية متعددة القوميات Global Multinational Universities

وإذا كانت أهم سمات وأبعاد هذه الجامعات قد بدأت فى الانحسار إلا أن مخططها لا يزال موجوداً ويأخذ فى الظهور على شكل الجامعات الهادفة للربح فى الولايات المتحدة الأمريكية ، متمثلة فى الترابط والاندماج بين جامعة فونيكس Phoenix وجامعة دى فرى De Vry فى التعليم على الخط المباشر On Line.

وإذا كانت الأنماط السابقة أنماطاً تفتح فرص التعليم ، فإنها أيضا تعد الباحثين وتجعل البحث من مهامها لخدمة المجتمع بمفهوم واسع محليا وعالميا ويتطلب ذلك اعتبار الجامعة :

أ- " مجتمعا يشجع ويقدم الدعم الفعال للتعاون مع قطاعات الإنتاج والخدمات من أجل التقدم الاقتصادى المحلى والوطنى القومى .

ب- مكانا يجرى فيه تحديد المشكلات والحلول المحلية والإقليمية والوطنية والدولية الهامة ، ومناقشتها ومعالجتها بروح النقد الواعى ، وتشجيع المشاركة الناشطة للمواطنين فى المناقشات حول التقدم الاجتماعى والثقافى والفكرى .

ج- مكاناً يمكن للحكومات وغيرها من المؤسسات العامة أن تتوجه إليه للحصول على معلومات علمية موثوقة ، الأمر الذى تزداد الحاجة إليه عن صنع القرارات واتخاذها وتنفيذها على جميع المستويات ، ويعزز ذلك مشاركة الجمهور فى عمليات القرار .

٨- إنشاء مراكز للتنبؤ بالاحتياجات المجتمعية الحالية والمستقبلية .

٩- الاهتمام بالجودة الشاملة للتعليم والتأكيد على قيم التقدم التى تعتبر الجودة إفرازا لها ، والتى تهتم بالبحث العلمى للتجويد والتنمية .

١٠- عدم تقوقع الجامعة داخل أسوارها ، بل إن إزالة هذه الأسوار المادية والمعنوية أمر ضرورى . ومن ثم لابد من أن يكون الامتداد Outreach / Extension بحيث يمثل أساس فلسفة الجامعة ، الامتداد الخدمى المبنى على البحث والدراسة العلمية .

١١- أن تستشعر الجامعة رسالتها الحقيقية كمؤسسة تنموية نهضوية رائدة وقائدة ، تقوم بمبادرات إصلاحية وتحديثية يحتمها عليها التزامها نحو مجتمعها وموقعها فيه ، وتفردها بطاقات بشرية علمية متميزة .

١٢- تبنى سياسات تقرب بين الباحثين والممارسين ، لحل التباعد والخصام بينهم بأن تأخذ البحوث فى اعتبارها مشكلات المجتمع ، واتباع طرق جديدة لتوصيل نتائج البحوث ، واهتمام الجامعة بدورها التنويرى ، والاهتمام ببحوث الفعل والعمل ، والبحوث الجماعية والتعاونية وغير ذلك .

١٣- اتباع سياسات للحد من هجرة الكفاءات العربية ، وجذب الكفاءات المهاجرة للعودة ، وخلق قنوات اتصال مع العقول المستقرة بالخارج .

١٤- استحداث أنماط جديدة تتمثل فى مراكز التميز التكنولوجي والبحثى على غرار وادى السيليكون وحديقة العلم وغيرها ، تغرى الشركات الوطنية والدولية التى تعتمد على التكنولوجيا المتقدمة فى الإدارة والإنتاج بالاستقرار فيها ، وكذلك أجهزة البحث العلمى الجامعى لتحقيق تعاون فعال بينها جميعاً .

١٥- وضع استراتيجيات جامعية لتدريب العاملين بالأجهزة الحكومية والمؤسسات الخاصة تتبنى الأساليب العلمية فى تخطيط التدريب وتنفيذه.

١٦- استمرار الحكومات فى تمويل البحوث ، بما يمكن الجامعة من القيام بدورها على أفضل وجه كوكالة كبرى مسئولة عن التنمية .

١٧- الاهتمام بمبادئ الديمقراطية والتشاركية فى الحياة الجامعية ، والعمل التعاونى ، ودور الهيئات المحلية وقادة المجتمع فى رسم السياسات الجامعية .

١٨- اعتبار الجامعة جامعة للتنمية والتحديث على أسس علمية ، قوامها البحوث ، لتطوير نفسها وتطوير مجتمعها.

١٩-كون البحث العلمي رأس اهتمامات الجامعة وأدائها لمهامها المختلفة وتطويرها لها : التعليم والتنوير وخدمة المجتمع.

٢٠-تنويع الخدمات البحثية الجامعية التي توجه إلى المجتمع ، بحيث لا تقتصر على الإنتاج فقط ، بل تشمل النواحي الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وغيرها.

٢١-تدريب الطلاب في مراحل التعليم قبل الجامعي على حل المشكلات ومهارات البحث وارتياد المكتبات وحدة المعرفة ، وتطبيقها.

٢٢-تضمين الدراسة الجامعية مقرراً على الأقل عن قضايا المجتمع والبيئة المحلية واستخدام الأسلوب العلمي في حلها ، وأن يهتم تدريس المقرر بالتطبيقات والمشروعات التي يقوم بها الطلاب .

٢٣-تنمية عضو هيئة التدريس تنمية مهنية وتخصصية ، ويتطلب ذلك :

أ- حسن انتقاء أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم وفق أسلوب علمي .

ب- إعداد عضو هيئة التدريس باعتباره معلماً باحثاً .

ج- غرس قيمة البحث العلمي التطبيقي عنده .

د- التفرغ الكامل للعمل الجامعي ، وتخصيص أوقات كافية للبحوث الجماعية والتطبيقية والتشاركية .

هـ- ربط الترقية من وظيفة إلى وظيفة بخدمة المجتمع على أساس علمي .

و- تثبيت عضو هيئة التدريس المتميز علمياً وتطبيقياً .

٢٤- تقويم أداء الجامعات ، وربط تمويلها بأدائها ، في خدمة المجتمع وتنميته .

٢٥- تحديث الإدارة الجامعية بقيادات تعي أهمية ودور الجامعة في خدمة المجتمع ، وإعادة هيكلة الجامعات بما يحقق ربط البحوث بتنمية البيئة واشتراك رجال الصناعة والزراعة والتجارة والخدمات والمهتمين بالتنمية في المجالس الجامعية المختلفة .

٢٦- وضع خرائط بحثية لجميع الأقسام العلمية ترتبط بالمشكلات الاجتماعية تأخذ في الاعتبار آراء ممثلي المجتمع المحلي وضرورة مشاركتهم الفاعلة .

٢٧- تبني الفكر التكنولوجي في نسيج الحياة الجامعية .

٢٨- استحداث آليات وأشكال لربط الجامعات الوطنية بعضـها ببعض ، وربطهـا بأجهزة البحث العلمى خارجها ، قد يكون من بينها إنشاء مجلس أعلى للبحث العلمى برئاسة شخصية جامعية (لا سياسية) مرموقة.

٢٩- التأكيد على دور الجامعات فى تطوير نظام التعليم الوطنى كله بما يشـمله مـن تعليم قبل الجامعى وتعليم عال.

٣٠- اعتبار توجيه البحث العلمى لخدمة المجتمع رسالة أساسية للجامعة تحقق: تنمية المجتمع، وتنمية الجامعة نفسها .

٣١- تحديث البرامج والمناهج الجامعية ومحتوى المواد الدراسية ، بحيث يتم :

- تحديث المحتوى والاهتمام بالدراسات البينية .
- الاهتمام بطرق الحوار والعمل الجمعى والتعاونى وحل المشكلات والتفكير
- التأكيد على استخدام التطبيقات الحياتية ، وخروج الأستاذ مع طلابه إلى المجتمع .
- استحداث التكنولوجيا .
- التقويم المستمر الذى يؤكد على الاهتمام بالتقويم الأدائى والممارسة فى الميدان .

٣٢- الاهتمام بدور الجامعة فى منظومة التربية المستمرة مدى الحيـاة ، بشـكل يبـرز أهميتها فى حل مشكلات المجتمع وفق الأساليب العلمية .

٣٣- ربط البحث وتطبيقاته بالنشر داخل الجامعة ، وخارجها فى المجتمع بأساليب تصل إلى المواطن العادى تراعي مستواه وترتفع به ، وتبين له أهمية الدراسة العلمية فى حل قضايا المجتمع .

٣٤- حث القطاع الخاص على تبنى مشروعات أو مختبرات أو غيـر ذلـك . ويـذكر محمود عبد الفضيل أن معمل هندسة المواد بجامعة كامبردج بانجلترا وهـو أحـد الفروع الهندسية ذات الأهمية للتطوير التكنولوجى يتم تمويله بالكامل مـن شـركة رولزرويس للسيارات . وهناك العديد من كراسى الأستاذية التـى يمولهـا قطـاع الأعمال الخاص لقيامها بالبحوث العلمية وخدمة المجتمع والتنمية.

إن البحث العلمى بالجامعة وتوجيهه لخدمة المجتمع وتنميته لم يعد ترفا ، بل إنه تكريس للمفهوم السليم للجامعة ، المنتج الحقيقى للمعرفة فى المجتمع ، والمشرف على تطبيقها .

أهم المصادر

١- إبراهيم صديق علي : " تسويق الخدمات الجامعية بين عرض المتاح والاستجابة لما هو مطلوب " – المؤتمر القومي الأول لتسويق الخدمات الجامعية – المجلس الأعلى للجامعات – القاهرة – ١٩٩٨.

٢- أحمد إسماعيل حجي : التربية المستمرة والتعلم مدى الحياة – دار الفكر العربي – القاهرة – ٢٠٠٢.

٣- أحمد زكي بدوى : معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية – مكتبة لبنان –بيروت – ١٩٩٣.

٤- أحمد صيداوى : الجامعات المستقبلية المنتجة ، دراسة حالة – ورقة مقدمة إلى المؤتمر الإقليمي العربي حول التعليم العالي –بيروت – مارس ١٩٩٨.

٥- أحمد عبد الفتاح بدير : نشأة الجامعة الأهلية – مطبعة جامعة فؤاد الأول – القاهرة – ١٩٥٠.

٦- القانون رقم ١٤٢ لسنة ١٩٩٤ – الجريدة الرسمية ، العدد ٢١ مكرر في ١٩٩٤/٥/٣١ القاهرة .

٧- القانون رقم ٤٢ لسنة ١٩٩٤ بتعديل بعض أحكام القانون رقم ٤٩ لسنة ١٩٧٢ بشأن تنظيم الجامعات – القاهرة – ١٩٩٤ .

٨- المملكة العربية السعودية : سياسة التعليم في المملكة العربية السعودية – الرياض ، ط٢ ١٩٧٤.

٩- جوزيف أبو نهرا : التعليم العالي في لبنان وآفاق تطويره للقرن الحادى والعشرين ، دراسة قطرية – المؤتمر الإقليمي العربي حول التعليم العالي – بيروت – مارس ١٩٩٨.

١٠- رفيقة حمود : " مساهمة التعليم العالي في تطوير الأنظمة التعليمية " – وثيقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الإقليمي العربي حول التعليم العالي – بيروت – مارس ١٩٩٨ .

١١- صبحي القاسم : التعليم العالي في الوطن – منتدى الفكر العربي – عمان ، الأردن – ١٩٨٩ .

١٢- عبد الخالق عبد الله : " حالة جامعة الامارات العربية المتحدة "- فى على أومليل (محرر) الحرية الأكاديمية فى الجامعات العربية - منتدى الفكر العربى - عمان ، الأردن - ١٩٩٤ .
١٣- عبد الفتاح عمرو : " الحريات الأكاديمية فى الجامعات التونسية " ، فى على أومليل (محرر) الحرية الأكاديمية فى الجامعات العربية - منتدى الفكر العربى - عمان ، الأردن - ١٩٩٤.
١٤- على الحوات : التعليم العالى فى ليبيا ، واقع وآفاق - مكتبة طرابلس العلمية العالمية - طرابلس - ١٩٩٦ .
١٥- على الدين هلال : " فى النظام الدولى الجديد ، مفهومه ، ملامحه ، احتمالات المستقبل" - التعليم العالى العربى وتحديات مطلع القرن الحادى والعشرين - وقائع المؤتمر العلمى الثانى لقسم أصول التربية - كلية التربية جامعة الكويت ، الكويت - أبريل ١٩٩٧.
١٦- على عتيقة (معقب) ، فى : على أومليل (محرر) : الحرية الأكاديمية فى الجامعات العربية - منتدى الفكر العربى - عمان ، الأردن - ١٩٩٤.
١٧- عمر محمد التومى الشيبانى : التربية وقضايا التنمية والتحديث فى الوطن العربى - الهيئة القومية للبحث العلمى - طرابلس - ١٩٩٢.
١٨- قرار اللجنة الشعبية العامة للتعليم والبحث العلمى رقم ١٥٦ لسنة ١٩٨٧ بشأن تنظيم الدراسات العليا والبحث العلمى بالجامعات الليبية والمعاهد العليا .
١٩- قرار رئيس جمهورية مصر العربية بالقانون رقم ٤٩ لسنة ١٩٧٢ بشأن تنظيم الجامعات - القاهرة - ١٩٧٢ .
٢٠- قرار رئيس جمهورية مصر العربية رقم ٨٠٩ لسنة ١٩٧٥ باللائحة التنفيذية للقانون رقم ٤٩ لسنة ١٩٧٢ فى شأن تنظيم الجامعات - الجريدة الرسمية العدد ٣٣ مكرر (أ) فى ١٩٧٥/٨/١٩ ، المواد ٣٠٧ ، ٣٠٨ .
٢١- محمد على الخولى : قاموس التربية - دار العلم للملايين - بيروت - ١٩٩٤.
٢٢- محمد محمد مظهر : التعليم العالى فى الجمهورية اليمنية ، الوضع الحالى والتصورات المستقبلية - تقرير مقدم إلى المؤتمر الإقليمى العربى حول التعليم العالى - بيروت - مارس ١٩٩٨.

٢٣- محمد منير مرسى : دراسات فى التربية المعاصرة - دار النهضة العربية - القاهرة - ١٩٧٧.

٢٤- محمود عبد الفضيل : مصر والعالم على أعتاب ألفية جديدة - الهيئة المصرية العامة للكتاب - القاهرة - ٢٠٠١ .

٢٥- منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم الثقافة : بحث فى سياسات التغيير والنمو فى مجال التعليم العالى - اليونسكو - باريس - ١٩٩٥.

٢٦- نبيل حسن فتح الله تاج الدين : التعليم والقوى البشرية والنمو الاقتصادى فى مصر وماليزيا - رسالة دكتوراه - كلية التربية بكفر الشيخ جامعة طنطا - ٢٠٠٠.

٢٧- وزارة التعليم العالى : مشروع الخطة الاستراتيجية لتطوير منظومة التعليم العالى - المؤتمر القومى للتعليم العالى - القاهرة - فبراير ٢٠٠٠.

٢٨- ووبن : الصينيون المعاصرون ، التقدم نحو المستقبل انطلاقا من الماضى - ترجمة عبد العزيز حمدى ومراجعة لى تشين تشونغ - العدد ٢١٠ من سلسلة عالم المعرفة - المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب - الكويت - يونيو ١٩٩٦.

29- Anne Klemperer et al . " Dancinig in the Dark , The Relationship Between Policy Research and Policy Making in Dutch Higher Education – Compartive Education Review – vol .45,No2-USA-May 2001.

30- Daniel Akyeampond : Higher Education and Research : Challenges and Opportunities – Higher Educaction In the Twenty – first Century ,Vision and Action – Unesco – Paris – October 1998.

31- Donald E . Hanna and Coin Lachem : " Beyond National Borderes ; Transforming Higher Education Intitutions " – Jounal of Studies in International Education – New York -2002.

32- Frank Newman and Lara k . Couturier : " The New Competitive Arena , Market Forces Invade the Academy " – Change – Washington , D.C – Sep .2001.

33- James L.Bess and David S .Webster : Foundations of American Higher Education – Simon and Schuster Custom Publising – 1990.

34- Laurel Puchner : " Researching Women's Literacy in Mali , Acase Study of Dialogue among Researchers , Practioners and Policy Makers ." – Comparative Education Review – Vol . 45 ,No .2 – USA – May 2001.

35- Loyola University , Chicago : The Center For Urban Research and Learning – Chicago – Mar 2003.

36- Mark B. Ginsburg and Jorge M . Gorostiaga : " Relations Between Theorists / Researchers and Policy Makers / Practioners - Comparative Education Review – VoI .45 , No.2 – USA – May 2001.

37- Massachusettes Institute of Technology : Report to the President – Ma ,USA – 2002.

38- Michael Angelasto and Bop Adamson : Higher Education in Post – Mao China – Hong Kong Unversity press – 1998 .

39- Office of University – Community Partnerships : Research – HUD . Office of University Partnerships – USA – 1998.

40- Philip G. Altbach : Compartative Higher Education , Knowledge , The University and Development – Ablex Publishing Co – USA – 1998.

41- POLIS Community University Connections . http://www. Polis project . Org .

42- Richard A . Harnet : The Sage Of Chinese Higher Education From The Tongzhi Restoration to Tiananmen Square , Revolution and Reform – The Edwin Mellen Press – Lewiston , New York – 1998.

43- Richard E . Sclove et al : Community – Based Research in the United States – The Loka Institute – Massa,USA – 1998.

44- Rollin Kent : " What is Changing in Mexicam Public Universities in the Face of Recent Policies for Higher Education "- in Philip G. Altbach (ed) : Contemporary Higher Education , International Issues For the Twenty – first Century – Garland Publishing Inc , – New york – 1997.

45- Ruiqing Du : Chinese Higher Education – St Martis's Press- New york – 1992 .

46- Ruth Hayhoe : China's Universities and the Open Door – M.E Sharpe , Inc . – New york – 1989.

47- Simon Schwartzman : The Focus on Scientific Activity – in : Philip G. Altbach (ed .) : Contemporary Higher Education , International Issues for the Twenty – first Century – Garland Publishing Inc . – New york 1997 .

48- The Carnegie Foundation for the Advancement of Teaching : A Classification of Institutions of Higher Educaction – Carnegie Publications – CA – 2002 .

49- The Office of University – Community Partnerships : Applied Research – HUD – Washington , D.C. – 2002.

50- The Office of University – Community Partnerships : Faculty Involvement – HUD – Washington ,D.C.- 2003.

51- Unesco : Higher Education in the Twenty – First Century ,Vision and Action , Final Report – Paris – October 1998.

الفصل الثالث
تطوير البرامج الجامعية فى البلاد العربية والأجنبية

مقدمة:

يشغل الوطن العربي تلك الأرض الممتدة من الخليج العربي شرقاً إلى المحيط الأطلسي غرباً، ومن سواحل البحر المتوسط شمالاً حتى المحيط الهندي ووسط إفريقيا والبحر العربي جنوباً، بما يوازى مساحة قارة أوربا تقريباً.

وتمثل الأرض التى تشغلها البلاد العربية مساحة ممتدة ورقعة واحدة متصلة لا تفصلها فواصل طبيعية، كما تشمل هذه الأرض جناحين، أولهما يقع فى آسيا يضم منطقة الهلال الخصيب والمربع العربي. ويضم هذا الجناح سوريا ولبنان والعراق والأردن وفلسطين والسعودية واليمن والكويت وقطر والإمارات العربية وعمان. وثانيهما يقع فى إفريقيا، ويضم مصر والسودان وليبيا وتونس والجزائر والمغرب وموريتانيا والصومال.

وقد كان للاستعمار دور واضح فى تفتيت الوطن العربي وتقسيمه بهذا الشكل، وهو ما يزال يعمل على تجزئته وإثارة النعرات العرقية وتأجيج الصراعات فى السودان والصومال وغيرهما. كما نجح فى فصل جناحه الآسيوى عن جناحه الإفريقي بزرع إسرائيل بينهما، وقد قاومت البلاد العربية الاستعمار الغربى مثلما قاومت قبله الاستعمار العثمانى، وكلل كفاحها بالتحرر من الاستعمار وتحقيق الاستقلال، والانتقال إلى نظم من الحكم الوطنى.

واتجهت معظم البلاد العربية نحو المعسكر الاشتراكى، وبخاصة نظم الحكم الجمهورى فى الشرق والغرب، ثم انتقلت إلى الرأسمالية والتخصيصية بعد سقوط حائط برلين وانهيار الاتحاد السوفيتي والكتلة الشرقية، وخطت البلاد العربية خطوات ملحوظة نحو الديمقراطية، بعد سنوات من نظم الحكم الشمولي في معظمها، وشهدت الساحة كثرة منابر التعبير عن الرأي، متمثلة في صدور صحف عديدة فى كل بلد، وقنوات تليفزيونية خاصة معظمها يبث على الأقمار الصناعية، وزادت مساحة برامج الرأي. لكن ما تزال هناك قيود

فى معظم البلاد العربية على إنشاء الأحزاب السياسية، وضعف القائم منها. ولا تزال الشعوب العربية تتطلع لمزيد من الديمقراطية، التى تمثل أيضا باباً للضغوط الخارجية.

وإذا كانت البلاد العربية – كغيرها من بلدان العالم – قد ذاقت مثالب عصر العولمة والتكنولوجيا، فإنها ما تزال أسيرة التأثر بالمعرفة التي ينتجها المستشرقون والعلماء الأجانب في العالم المتقدم، وما تزال بحاجة إلى الإنفاق بشكل أكبر على البحث العلمي، واتخاذه طريقاً لعلاج مشكلاتها.

وتعانى البلاد العربية من مشكلات اقتصادية متنوعة، أبرزها مشكلة البطالة، إذ إن معدلات البطالة العامة بين الشباب تصل إلى ما يزيد على ٦٠% فى بعض الدول (الجزائر – الأردن – تونس – مصر – العراق – الصومال – السعودية – جيبوتي – موريتانيا)، وأكثر من نصف المتعطلين من الشباب بنسبة ٥٦%، وهى نسبة أعلى من المتوسط العالمي للبطالة.

وإذا كانت معدلات البطالة بين الأميين فى حدود آمنة، هي حوالي ٧% في الجزائر، ٥% في المغرب، ١,٥% فى مصر، فإن معدلات البطالة بين الحاصلين على مؤهلات متوسطة عالية جداً فى بعض البلاد منها مصر والأردن، وأكثر ارتفاعاً وخطورة بين الحاصلين على مؤهلات عليا حوالي ٢٧% في المغرب، ١٩% فى الجزائر، ١٨% فى الأردن، وهو ما يعتبر هدراً تعليمياً واقتصادياً وبشرياً، وبخاصة وأنه قد اقترن بالدعوة إلى التراجع عن الإتاحة فى التعليم العالي على أساس أن سوق العمل لا تحتاج إلى خريجيه، رغم أن نسبة القيد بهذا التعليم لم تتعد ٢٠% من الشريحة العمرية المقابلة، مع وصول هذه النسبة إلى حوالي ٥٥% في بعض بلاد جنوب شرق آسيا مثل كوريا الجنوبية.

وقد أدت الأزمة الاقتصادية العالمية، إلى دخول مليون شخص جديد فى العالم فى دائرة الجوع الحاد، وأن هناك مليارا، ومائتي مليون شخص فى العالم يعيشون حالة فقر وجوع شديدين، منهم ٢٦٥ مليونا فى إفريقي، جنوب الصحراء، ٦٤٢ مليونا فى آسيا، ٥٣ مليونا فى أمريكا الجنوبية ، ٤٢ مليونا فى شمال إفريقيا والشرق الأوسط، ٣٩ مليونا فى البلاد العربية، ١٥ مليونا فى الدول الصناعية.

هذا بجانب ارتفاع معدل التضخم فى البلاد العربية غير البترولية بخاصة، إذ وصل إلى ١٦,٥% فى مصر وفقا لبيانات صندوق النقد الدولي. كما شغلت مصر قمة الدول المستوردة للقمح فى العالم – حسب تقرير مؤسسة القمح الأمريكية- بمعدل قفز عام ٢٠٠٨ إلى ١٠ مليون طن، ويبدو الأمر مقلقاً مع الارتفاعات المتزايدة للحبوب الغذائية.

وتشير الدراسات العلمية والتقارير الرسمية الدولية والإقليمية والوطنية إلى أن الخروج من هذه الأزمات يتوقف على الكيفية التي تعد بها البلاد العربية مواطنيها وأبناءها تربويا وتعليمياً للقرن الحادي والعشرين، إذ إن التربية والتعليم قاطرة التقدم وأساس الأمن القومي العربي بحق. نقصد تربية وتعليما من نوع غير النوع الذي تألفه البلاد العربية يهيئ الفرد والمجتمع لحقائق وديناميات عصر التغير السريع والثورة التكنولوجية، والانفتاح الإعلامي الكوكبي، إنه عصر المعرفة.

ويؤكد سعد الدين إبراهيم على ذلك بأن الثورة التكنولوجية الثالثة، التى هي أهم خواص القرن الحادي والعشرين، هي ثورة تعتمد على المعرفة العلمية المتقدمة والاستخدام المثل للمعلومات المتدفقة بوتيرة سريعة.

ويقدر خبراء الدراسات المستقبلية – كما يري – أن حجم المعرفة العلمية سيتضاعف كل سبع سنوات. أي أن حجم التراكم فى هذه المعرفة خلال السنوات القليلة المتبقية من هذا القرن، مثلاً، ستكون متساوية أو تزيد عما تراكم من معرفة إنسانية منذ بداية التاريخ البشرى المسجل. وهذا الكم الهائل والمهول من المعرفة يحتاج على تنظيم سريع ومستمر لمن يريد أن يستخدمه. وهذا التنظيم السريع لتدفق المعلومات، والتعرف على طرق استخدامها هو محك التقدم فى القرن القادم. والثورة التكنولوجية الثالثة تختلف عن الثورة الصناعية الأولى والثانية في عديد من الوجوه. فبينما كانت الأولى تعتمد على البخار والميكانيكا والفحم والحديد والرأسمالي العصامي وبينما كانت الثورة الصناعية الثانية تعتمد على طاقة الكهرباء والنفط والطاقة النووية وفن الإدارة الحديثة والشركات المساهمة، فإن الثورة التكنولوجية الثالثة تعتمد أساسا على العقل البشرى والاليكترونيات الدقيقة والكمبيوتر

وتوليد المعلومات وتنظيمها واختزانها واستردادها وتوصيلها بسرعة متناهية، وعلى الشركات المتعددة الجنسية. ولأن العقل البشرى هو العماد الأول فى هذه الثورة، ولأنه يمثل طاقة متجددة لا تنضب، فإن الثورة التكنولوجية الثالثة لن تكون حكراً على تلك المجتمعات كبيرة المساحة أو ضخمة السكان أو الغنية بمواردها الأولية، أو القوية بجيوشها التقليدية. إنها ثورة يمكن لجميع الشعوب أن تخوض غمارها – سواء كانت كبيرة أو صغيرة – إذا ما أحسنت إعداد أبنائها تربوياً وتعليمياً لذلك.

والتغير الاجتماعي المتسع الذي هو أحد خواص القرن القادم والذي لم يبق عليه سوى عدة سنوات، يعنى أن القيم والمؤسسات والعلاقات الاجتماعية ستكون عرضة للتغير والتحول والتبدل عدة مرات، لا من جيل لآخر كما كان فى الماضي، ولكن في حياة نفس الجيل. وهذا التغير المتسارع هو نتاج للخاصية الأولى، أي الثورة التكنولوجية الثالثة، حتى بالنسبة لمن لا يشاركون في صناعة أو صياغة هذه الثورة. فالجميع سيتأثرون بها في أدنى الأراضي وأقصاها. ويتطلب هذا التغير الاجتماعي المتسارع من الفرد والمجتمع أن يكونا سريعا التكيف والتأقلم مع كل تحول وتبدل، وإلا دهمهما هذا التغير بقطاره المندفع. ومرة أخرى لايمكن للفرد والمجتمع أن يتكيف إلا إذا كانا مسلحين بنوع من التفكير والمعرفة يساعدهما على ذلك. ويقع هذا العبء أساسا على النظام التربوى.

والانفتاح الإعلامي الثقافى الحضاري العالمي هو خاصية ثالثة من خواص القرن الحادي والعشرين. فوسائل الاتصال السريعة، بل والآنية، ستعبر الحدود بلا قيود، برسائلها ومضامينها، من أي مجتمع لأي مجتمع آخر. فالإرسال والاستقبال عبر الأقمار الصناعية يجعل من الحدود السياسية للدول ومن وسائل الرقابة التقليدية أدوات بدائية عديمة الكفاءة وقليلة الفاعلية فى منع أو تحصين الفرد ضد استقبال محتويات الرسائل الإعلامية والثقافية الوافدة من مجتمعات وثقافات أخرى. إن التحصين الحقيقى فى مواجهة هذا التدفق الإعلامي- الثقافى الوافد هو وعى الفرد والمجتمع، وقدرتهما على الفرز النقدى، والاختيار والتمثيل من بين ما يتساقط عليه. وهذه مهمة تتجاوز قدرة النظام التعليمي التقليدي. إن هذه المهمة تتطلب نظاماً تربوياً من نوع جديد، بل وتتطلب أجهزة ثقافية خلاقة فى كل مجتمع تتضافر مع النظام

التعليمي في القيام بها، إذا كان لهذا المجتمع أن يحافظ على هويته الحضارية – القومية، ويحفظها من المسخ أو الذوبان، في نفس الوقت الذي لا يتحول فيه إلى متحف تراثي جامد ومنغلق.

وأخيراً، فإن تغير الأهمية النسبية لقوى وعلاقات الإنتاج، كأحد خواص القرن الحادي والعشرين، ستعني نهاية التمييز التقليدي بين العمل اليدوي والعمل العقلي، أو بين الإدارة والعمل، أو بين الإنتاج والتجارة والخدمات. فالإنسان "الفاعل" في القرن الحادي والعشرين سيكون الإنسان متعدد المهارات، وأهم من ذلك الإنسان القادر على التعلم الدائم، الذي يقبل إعادة التدريب التأهيل عدة مرات في حياته العملية، والمجتمع الفاعل في القرن الحادي والعشرين سيكون مجتمعاً تستأثر فيه "خدمات المعلومات" بأكبر نصيب من القوة البشرية. ومرة أخرى تقع على النظام التعليمي المسئولية الأولى في إعداد فرد ومجتمع بهذه المواصفات.

وتظهر الدراسات التحليلية لواقع البرامج التعليمية ومناهجها ومقرراتها محتوى وتدريساً وتعليما، أنها في المجمل تتسم بمواطن ضعف عديدة – وإن كانت درجاتها ومداها يختلف من بلد إلى آخر. ومن أهم هذه المواطن ما يلي:

١- افتقار التعليم العالي وبرامجه إلى فلسفة واضحة عن دوره في التنمية والنهضة واحتياجات عالم العمل.
٢- الطابع التقليدي للبرامج والمناهج، الذي يظهر من التباين بين المعلن وواقع الحياة الجامعية التي يحياها الطلاب من خلال دراستهم وتعلمهم.
٣- ضعف قدرة البرامج والمناهج التعليمية على استيعاب تكنولوجيا الإعلام والاتصالات بإمكانياتها الضخمة المتطورة والمتزايدة، التي يمكن أن تطور المحتوى والتعليم.
٤- انخفاض – إن لم يكن تدني – مستويات جودة البرامج والمناهج التعليمية، إذ إن الاهتمام قد انصب على النواحي الكمية أكثر منه على الأمور المتعلقة بنوعية ما يقدم.

٥- استيراد معظم برامج ومناهج التعليم – كلياً أو جزئياً – من الخارج، بما يجعلها – في كثير من الأحايين – غريبة عن البيئة العربية، فضلاً عن وقوفها عند مستوى سنة إنتاجها، وكونها منتهية الصلاحية، لعدم تجديدها في الأغلب الأعم.

٦- التركيز على البرامج النظرية الاجتماعية والإنسانية، على حساب العلوم الطبيعية والفيزيائية والرياضية والتكنولوجيا.

٧- ضعف مواءمة البرامج والمناهج الجامعية مع البيئة التي تقدم فيها وحاجات ومتطلبات سوق لعمل، الأمر الذي يفاقم البطالة ويصعب من فرص العمل أمام الخريجين.

٨- تركيز أغلب البرامج والمناهج وطرق تعليمها على تخزين المعرفة واسترجاعها وغياب التركيز على كفاءات التحليل والتركيب والنقد وحل المشكلات والتعلم الذاتي، فضلاً عن الابتكار والإبداع.

٩- ضعف الاستخدام الفعال وغير التقليدي للوسائط التكنولوجية المتقدمة، والتجهيزات المعملية، رغم توفر الحواسب الآلية والبرامج في الجامعات، ويدخل في هذا الإطار التأخر في تقديم البرامج إلكترونياً.

١٠- نقص التطبيقات العملية المرتبطة بالمهارات الفنية والتكنولوجية في البرامج والتخصصات، مما يساعد على تدني قدرة الخريج على المنافسة.

١١- ضعف برامج الإرشاد والتوجيه للطلاب قبل التحاقهم بالجامعات، وفي أثناء دراستهم، لتحقيق التوازن بين رغباتهم وقدراتهم واحتياجات المجتمع.

١٢- ندرة وجود الكوادر المتخصصة – في أجهزة تسيير مؤسسات التعليم العالي بما فيها الجامعات – تقوم بالتنسيق ومتابعة متطلبات التنمية والتطور المتسارع في عالم العمل في عصر المعرفة، لتوجيه البرامج والمناهج والتخصصات الدراسية لتلبيتها واستباقها.

١٣- غياب المشاركة الفعالة بين الجامعات وقطاعات التنمية والإنتاج والخدمات عند تطوير البرامج والمناهج.

١٤- التأخر في إنشاء هيئات للاعتماد وضمان جودة التعليم العالي، تهتم بالرقابة على الجودة الشاملة واعتماد الجامعات اعتماداً مؤسسيا وبرنامجياً.

إن هذه الاعتبارات كلها تتطلب مراجعة النظم التعليمية والتربوية مراجعة شاملة وجذرية، من أجل إعداد المواطن العربي للقرن الحادي والعشرين بتعليم جامعي ذي جودة يواكب العصر.

وإذا كانت الدول المتقدمة كالولايات المتحدة الأمريكية، ودول الاتحاد الأوربي قد أطلقت العديد من المبادرات لتطوير التعليم الجامعي وبرامجه، منها تقرير أمة في خطر Nation at Risk وغيره، حتى إعلان بولونيا Bologna Declaration واستراتيجية لشبونة Lisbon Strategy، فإن هناك مبادرات أخرى في اليابان والهند والصين ودول جنوب شرق آسيا وإسرائيل.

وقد يمكن القول بأن بلاداً عربية عديدة – إن لم يكن أغلب البلاد العربية– قد تبنت مبادرات واستراتيجيات لتطوير التعليم العالي وبرامجه ومناهجه، وتجويد مستواه، بدعم من منظمات دولية كاليونسكو والبنك الدولي والمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (ألكسو) والمنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (إيسيسكو)، ويظهر ذلك من عرض لمجهودات التطوير الجامعي في البلاد العربية، فيما يلي.

أولاً: تطوير البرامج الجامعية وآلياتها فى جمهورية مصر العربية:

مقدمة:

لمصر تاريخ طويل فى ميدان التعليم العالي والجامعي، منذ عصور ما قبل التاريخ، حيث كانت جامعة (عون أو أون، عين شمس) ثم مكتبة الإسكندرية القديمة، وجاءت جامعة الأزهر عام ٩٨٨م بعد ذلك. وبدأ إنشاء المدارس العليا فى عصر محمد على عام ١٨٠٥م، التى كانت نواة الجامعات المصرية بداية بالجامعة الأهلية عام ١٩٠٨ التى صارت الجامعة المصرية عام ١٩٢٥ ثم جامعة القاهرة. وتوالى بعد ذلك إنشاء جامعات عديدة حكومية، ثم جامعات خاصة فى الآونة الأخيرة.

ويقع تحت مظلة التعليم الجامعي في مصر سبع عشرة جامعة حكومية، لبعضها فروع فى أقاليم قريبة منها (٧ فروع)، وسبع عشرة جامعة خاصة، بالإضافة إلى جامعة الأزهر. وتعتبر الجامعات المصرية الحكومية جامعات الأعداد الكبيرة، إذ يصل عدد طلابها إلى حوالي مليون ونصف المليون طالب .

وإذا كانت هذه الجامعات تؤدى – منذ أمد بعيد – مهام إعداد أجيال من المتعلمين المهنيين والمتخصصين ساهموا – ولا يزالون – في التنمية في الوطن العربي كله، كما تقوم بالبحث العلمي وخدمة المجتمع، فإنها تواجه العديد من المشكلات والصعوبات، التي يرتبط بعضها – إن لم يكن الكثير منها – بالبرامج التعليمية المقدمة.

وقد حددت الخطة الاستراتيجية لتطوير التعليم العالي عام ٢٠٠٠ نواحي القوة والضعف، ومن أبرز نواحي القصور ما يلي:

١- غياب فلسفة عامة أو استراتيجية محددة للتعليم العالي.
٢- تقادم النظم وهبوط المستوى المعرفي، وبطء عمليات التطوير في البرامج والمناهج وطرق التدريس وإدارة مؤسسات التعليم العالي.
٣- تراجع دور القيم الجامعية والمعايير الأخلاقية، ومن حيث تأثيرها على أداء أعضاء هيئة التدريس.
٤- محدودية مصادر التمويل الحكومي من الميزانية العامة للدولة، وصعوبة توفير موارد إضافية.
٥- تزايد أعداد الطلاب وتضخم حجم الكليات والمعاهد.
٦- اعتماد القبول بالجامعات على مؤشر واحد، هو مجموع الدرجات في الثانوية العامة.
٧- تضخم الهياكل الوظيفية لأعضاء هيئة التدريس والهيئات المعاونة.
٨- نمطية الامتحانات وجمود صيغ تقويم الطلاب.
٩- تقادم التقنيات التعليمية.
١٠- ضعف المصادر التعليمية من مكتبات ومصادر معلومات.

أما عن الدراسات العليا والبحث العلمي، فإن من أبرز ما يواجهه:

أ – ضعف العلاقة بين الجامعات ومؤسسات الإنتاج والخدمات، وضعف اهتمام كل منهما بالآخر.
ب- غياب خطة علمية للبحث العلمي في الجامعة تأخذ المشكلات التطبيقية في الاعتبار.
جـ – نقص التدريس العملي في الكليات العملية.

د – قلة الاستثمار فى التعليم وضرورة البحث عن مصادر أخرى للتمويل.
هـ – عدم الاهتمام بنماذج أخرى للتعليم الجامعي كالتعليم من بعد والتعليم المفتوح.

كما ويمكن إيجاز مشكلات أعضاء هيئة التدريس فيما يلى:
أ – غياب الهياكل الوظيفية للأقسام العلمية وعلاقتها بالأعباء التعليمية والبحثية فى كل قسم.
ب – عدم التفرغ للعمل الجامعي، وخاصة بالنسبة للقيادات الجامعية.
جـ – عدم الإقامة فى مقر الجامعة بالنسبة للجامعات الإقليمية.
د – قلة المرتبات واللجوء إلى أساليب أخرى لزيادة الدخل.

وواضح مما تناولته الخطة الاستراتيجية لتطوير التعليم العالي لعام ٢٠٠٠ التأكيد على بطء عمليات تطوير البرامج والمناهج وطرق التدريس وهبوط المستوى المعرفي، بجانب نواح أخرى مرتبطة بها تؤثر عليها تخطيطاً وتنفيذا مثل، غياب الفلسفة العامة ومحدودية مصادر التمويل الحكومي وتزايد أعداد الطلاب، وقصور نظام قبولهم بالجامعات، وتقادم التقنيات التعليمية وضعف المصادر التعليمية من مكتبات وغيرها من مصادر المعلومات.

ولذلك جاءت هذه الخطة الاستراتيجية لتطوير التعليم العالي لتضع آليات التطوير وأن تنفذ على ثلاث مراحل: المرحلة الأولى من عام ٢٠٠٢ إلى عام ٢٠٠٧ ، والمرحلة الثانية ضمن الخطة الخمسية للدولة من عام ٢٠٠٧ إلي عام ٢٠١٢، والمرحلة الثالثة ضمن الخطة الخمسية للدولة أيضا من عام ٢٠١٢ إلى عام ٢٠١٧.

وقد قامت وزارة التعليم العالي بإعداد دراسة جدوى لمشروع تطوير التعليم العالي Higher Education Enhancement project (HEEP) بالتعاون مع البنك الدولي ظهرت في وثيقة بعنوان Project Appraisal Document لتنفيذ إثنى عشر مشروعاً فى المرحلة الأولى ٢٠٠٢/ ٢٠٠٧.

الهيئات المسئولة عن تطوير البرامج التعليمية وآلياتها:

وتشمل هذه الهيئات مايلى:

١- وزارة التعليم العالي والمجلس الأعلى للجامعات:

التزمت الوزارة والمجلس بتنفيذ استراتيجية تطوير التعليم العالي، وصدرت القـرارات الوزارية بذلك. وقد تم إنشاء وحدة لإدارة الخطة، وتحددت الأهداف الاستراتيجية فى:

أولاً: التطوير الشامل للإدارة الجامعية.

ثانياً: تحسين جودة وملاءمة التعليم العالي (والجامعي).

ثالثاً: تحسين جودة وملاءمة التعليم الفنى فوق المتوسط.

وفى أغسطس ٢٠٠٤ تم تعديل أولويات الخطة الإستراتيجية لتطوير التعليم العالي، بما يلبى متطلبات الجودة والاعتماد ويتفق وتوجهات الدولة لتطوير البحث العلمي وتضمن هذا التعديل إضافة محورين آخرين: الأول تطوير الدراسات العليا والبحـث العلمـي، والثـاني الاهتمام بالأنشطة الطلابية بالجامعات المصرية بجانب الاستمرار فى تنفيذ البرامج الستة ذات الأولوية خلال المرحلة الأولى.

ونظراً للطبيعة الديناميكية لاستراتيجية التطوير التى تتطلب إعادة النظر ومراجعـة أولويات كل فترة، فقد تم استحداث وحدة للتخطيط الاستراتيجي تتبع وزارة التعلـيم العـالي لضمان استمرارية التخطيط والمتابعة لمشروعات التطوير خلال المراحل الثلاثة المـذكورة والمراحل المستقبلية، كما تم أيضا استحداث مشروع للأنشطة الطلابية حيث إنها تدخل ضمن اعتماد البرامج مثل البحث العلى والدراسات العليا.

وفيما يلى نبذة عن المشروعات التى أعطيت الأولوية فى التنفيذ خـلال المرحلـة الأولى فى تنفيذ الخطة الاستراتيجية للتطوير.

١- صندوق مشروع تطوير التعليم العالي:

ويقوم بتنمية القدرات التنافسية لمؤسسـات التعلـيم العـالي ودعـم اللامركزيـة والاستقلالية الإدارية للارتقاء بنوعية وكفاءة وفاعلية مؤسسات ونظام التعليم العالي من خلال

خلق مناخ تنافسي لتطوير مؤسسات ونظام التعليم العالي، وتشجيع اللامركزية واستقلالية المؤسسات التعليمية واستمرارية أداء التطوير الذاتي للعملية التعليمية، من ناحية البرامج التعليمية وأداء أعضاء هيئة التدريس، وتدعيم البنية الأساسية من معامل ومختبرات.

٢-مشروع تطوير نظم وتكنولوجيا المعلومات فى التعليم العالي:

ويهتم برفع كفاءة البنية التحتية والميكنة الكاملة لإدارات مؤسسات التعليم العالي للاستفادة من الثورة المعلوماتية وإتاحة الوصول للمعلومات بسرعة وفاعلية، وربط الجامعات بشبكة الجامعات المصرية وبالشبكة القومية للبحث العلمي وتهيئة المجتمع الجامعي للتعامل مع هذه الثورة من خلال رفع كفاءة البنية الأساسية لشبكات معلومات الجامعات وشبكة الجامعات المصرية بالمجلس الأعلى للجامعات، واستكمال مقومات وتطبيقات الحكومة الإلكترونية فى مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي من خلال تطبيق بعض نظم المعلومات الإدارية بالجامعات المصرية وكذلك إنشاء مركز لنظم المعلومات الإدارية بالمجلس الأعلى للجامعات.

٣- مشروع تطوير الكليات التكنولوجية:

ويعمل على تحسين حوكمة وأداء المعاهد الفنية فوق المتوسطة وتحقيق لا مركزية إدارتها بتجميع هذه المعاهد البالغ عددها ٤٥ معهداً فى ٨ كليات تكنولوجية تتولى كل واحدة منها إدارة عدد المعاهد الواقعة فى نطاقها الجغرافي.

كما يعمل على تطوير القدرات البشرية والمقومات المادية لهذه الكليات، وإتاحة سبل المساهمة المجتمعية فى مراقبة وتطوير أدائها كى تتمكن من إعداد وتأهيل الكوادر الفنية التى تخدم قطاعات الأعمال، وكى تصبح مراكز تدريب معتمدة تخدم العاملين فى هذه القطاعات والراغبين من أفراد المجتمع فى تنمية مهاراتهم والحصول على ترخيص مزاولة المهنة.

٤- مشروع تطوير كليات التربية:

ويهدف إلى تحقيق تحديث شامل لكليات التربية يواكب التطورات العلمية والمهنية العالمية ويراعى الخصوصية المصرية عامة وخصوصية كل كلية وفق بيئتها خاصة على

أساس منظومى من ناحية، وفاعلية التعليم والتعلم من ناحية ثانية، والجودة الشـاملة كمـدخل للتطوير من ناحية ثالثة، وذلك بخلق بيئة للتطوير أساسها رؤية جديدة لكليات التربيـة تبنـى عليها رسالة هذه الكليات وإطارها المفاهيمى، وإصلاح نظام إعداد المعلم بكافـة منظوماتـه الفرعية، وربط عملية الإصلاح بالتكنولوجيا والتدريب، وأيضا من خـلال التنميـة المهنيـة لأعضاء هيئة التدريس.

٥- مشروع تنمية قدرات أعضاء هيئة التدريس والقيادات:

ويهدف إلى تحسين القدرات المؤسسية والمهنية لمؤسسات التعليم الغـالي وتنميـة مهارات وجدارات أعضاء هيئة التدريس والقيادات بصفة خاصة لتمكينهم من مواكبـة لغـة العصر ومواجهة التنافسية ورفع كفاءة مخرجات التعليم العالي، وذلك مـن خـلال تحسـين القدرات المؤسسية والمهنية للموارد البشرية بالجامعات ومؤسسات التعليم العـالي، وتنميـة الخبرة الذاتية التى تدعم التطوير المستمر بمؤسسات التعليم العالي. كأساس لتطوير البـرامج التعليمية تصميماً وتنفيذاً.

٦- مشروع ضمان الجودة والاعتماد:

ويهدف إلى تمكين مؤسسات التعليم العالي من تأسيس نظم الجودة وإعدادها وتأهيلها للتقدم للحصول على الاعتماد من قبل الهيئة القومية للاعتماد وضمان الجـودة مـن خـلال استحداث وتطوير نظم الجودة والاعتماد فى مؤسسات التعليم العالي في مصـر، والإعـداد لإنشاء الهيئة القومية لضمان الجودة. والمشروع يتناول ضمان الجودة من كافة جوانبها، القدرة المؤسسية والبرامج التعليمية والبنية الأساسية البشرية والمادية وغيرها.

المرحلة الأولى لتنفيذ الخطة الاستراتيجية (٢٠٠٢- ٢٠٠٧) امتدت إلى ٢٠٠٩:

بدأ تنفيذ هذه المرحلة بعد إتاحة تمويل لها قدره ٥٠ مليون دولار من خلال قرض البنك الدولي رقم ٤٦٥٨ عام ٢٠٠٢ يقابلها ١٠ مليون دولار أمريكى من المكون المحلى بالإضافة إلى ١٠ مليون وحدة صرف تعادل ١٣ مليون دولار أمريكى تم توفيرها من مشروع تطوير التعليم الممول من البنك الدولي وتخصيصها لمشروع تطوير كليات التربية. وقد امتـد تنفيـذ

هذه المرحلة بالاتفاق مع البنك الدولي إلى ٢٠٠٨/١٢/٣١ مع إعطاء مهلة أربعة أشهر حتى ٢٠٠٩/٤/٣٠ لتنفيذ طلبات السحب التى تم الارتباط عليها قبل ٢٠٠٨/١٢/٣١، وذلك نظـــرا لبدء التنفيذ الفعلى لهذه المرحلة فى مارس ٢٠٠٣. وقد بدأت ترتيبات تنفيــذ هــذه المرحلـــة بموافقة المجلس الأعلى للجامعات بجلسته بتاريخ ٢٠٠٢/١٢/١٤ على الإطار العـــام لإدارة برنامج مشروعات تطوير التعليم العالي وفقاً للمستويات التنظيمية التالية:

١- اللجنة القومية لتطوير التعليم العالي والمجالس العليا:

المجلس الأعلى للجامعات والمجلس الأعلى للمعاهد العليا والمتوسطة.

وتختص باقتراح استراتيجيات وبرامج خطط تطوير التعليم العالي، ووضع المعايير والضوابط التى تمكن اللجان التنفيذية من عملها، ومتابعة وتقييم سياسات التطوير وبرامجـــه، ومراجعة برامج وخطط تنفيذ مشروعات التطوير المعدة وعرضها علـــى المجلـــس الأعلـــى المختص لإقرارها.

٢- لجنة تسيير مشروعات تطوير التعليم العالي:

برئاسة أمين المجلس الأعلي للجامعات وعضوية نواب رؤساء الجامعـــات لشـــئون الدراسات العليا البحوث والمدير التنفيذى لوحدة إدارة برامج تطوير التعليم العالي وثلاثة من المهتمين بالتطوير.

وتختص اللجنة برسم السياسات العامة ووضع البرامج والخطط التنفيذية الخاصـــة بإدارة مشروعات التطوير، والنظر فى التقارير الدورية لها لدراستها وعرض توصياتها على اللجنة القومية لتطوير التعليم العالي.

٣- وحدة إدارة مشروعات تطوير التعليم العالي:

يديرها مدير تنفيذي ويتبعها أربعة مكاتب فنية معاونة وست لجان قومية لإدارة تنفيذ المشروعات ذات الأولوية.

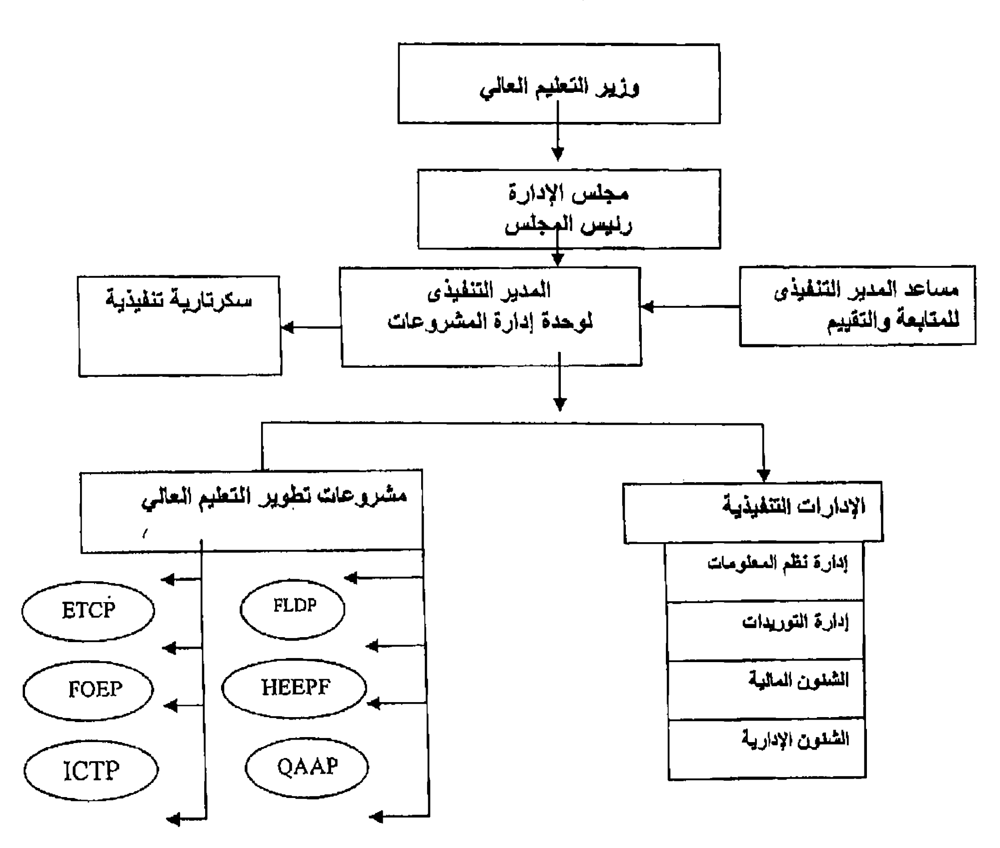
وتختص الوحدة بإدارة تنفيذ مشروعات التطوير المدرجة فـــى الخطـــة الخمســـية، وإدارة تنفيذ مشروعات الخطط الاستراتيجية للتطوير الممولة من صـــندوق تطـــوير التعلـــيم

العالي أو المنح أو القروض التى تقرها الدولة لمشروعات التطوير، بالإضـــافة إلـــى الإدارة الفنية للمشروع بالاشتراك مع مدير المشروع المتفرغ.

ويوضح المخطط التالي الهيكل التنظيمي لوحدة إدارة مشروعات تطـــوير التعلـــيم العالي:

شكل رقم(١)

الهيكل التنظيمي لوحدة إدارة مشروعات تطوير التعليم العالي



أنشطة وحدة إدارة المشروعات:

- التنسيق بين مشروعات التطوير.
- إجراء المشتريات المركزية والمناقصات الدولية للجامعات والكليات التكنولوجية.
- إجراء التعاملات المالية بكافة أشكالها طبقا لقواعد البنك الدولي والقواعد المحلية.
- تدريب وإعداد وحدات إدارة المشتريات بالجامعات والكليات التكنولوجية على تطبيق قواعد البنك الدولي تمهيدا لتقييمها واعتمادها من البنك الدولي.
- وضع مؤشرات لقياس أداء المشروعات على المستويات التالية:
  - وحدة إدارة المشروعات.
  - مشروعات التطوير (البرامج التعليمية – أعضاء هيئة التدريس.. الخ)
  - المشروعات بالجامعات.
- متابعة وتقييم مشروعات تطوير التعليم العالي HEEP وإعداد التقارير التجمعية.
- متابعة دراسات قياس أثر تنفيذ مشروعات التطوير على تقدم التنمية المجتمعية.

٤ – وحدات إدارة مشروعات التطوير على مستوى الجامعات:

تعمل كوحدات موازية سواء أكانت الجامعات متابعاً أو منفذاً لهذه المشروعات أو مستفيداً منها. وتقوم هذه الوحدات بالمتابعة والتقييم لما يتم تنفيذه من مشروعات التطوير الممولة من البنك الدولي والدولة داخل وحدات الجامعة. وبذلك يتحول دور الوحدة المركزية من تنفيذ المشروعات إلى إدارة المشروعات تاركة التنفيذ للجامعات والمؤسسات التعليمية المستفيدة من برامج التطوير.

إنجازات مشروعات المرحلة الأولى من مشروع تطوير التعليم العالي:

ونعرض فيما يلي لإنجازات كل مشروع من المشروعات السابق ذكرها في ضوء رؤيته ورسالته وأهدافه، كما جاءت في وثائق وحدة إدارة المشروعات:

١ – صندوق مشروع تطوير التعليم: رؤية المشروع: المساهمة الفعالة في تنفيذ الخطط الاستراتيجية لتطوير التعليم العالي من خلال آليات تنافسية لتحقيق التميز في مؤسسات التعليم المصرية والارتقاء بها إلى المستويات العالمية.

رسالة المشروع: إنشاء آليات تتسم بالإدارة الفاعلة والشفافية لتمويل ودعم ومتابعة تنفيذ وتقييم أداء وضمان استمرارية مشروعات تنافسية لتطوير التعليم العالي من منطلق يبدأ من القاعدة العريضة بالمؤسسات التعليمية لتحقيق جودة وكفاءة وفاعلية التعليم العالي في الجامعات والمعاهد الحكومية من خلال محاور تطوير نظم الإدارة وإعادة الهيكلة والتطوير الأكاديمي والمشاركة المجتمعية بهدف تأهيل الخريجين لتلبية احتياجات سوق العمل والمنافسة على المستوي الإقليمي والعالمي.

أما الهدف الاستراتيجي: فإنه يتمثل في دعم جودة وكفاءة وفاعلية التعليم العالي والارتقاء بنوعيته وملاءمته من خلال مشروعات تنافسية تتقدم بها وحدات ومؤسسات التعليم العالي الحكومية في إطار أولويات خطط التطوير الاستراتيجية.

أهداف المشروع:

- إنشاء بيئة تنافسية لدعم وتطوير مؤسسات التعليم العالي (الأقسام العلمية، الكليات، المعاهد والجامعات، ووزارة التعليم العالي).
- تشجيع الاتجاه اللامركزي (آلية التطوير الذاتي) للتنمية المستدامة لجودة التعليم.
- الارتقاء بقدرات مؤسسات التعليم العالي والمجتمع الأكاديمي لاستيعاب التخصصات العلمية الحديثة والمجالات البينية والابتكارية.
- تقوية الروابط والتكامل بين مؤسسات التعليم العالي والمجتمع والصناعة وسوق العمل.
- دعم وتطوير نظم المعلومات الإدارية بمؤسسات التعليم العالي.
- تعظيم الاستفادة من مصادر المعلومات والمعامل والبنية التحتية المتاحة ودعمها.
- استخدام التقنيات الحديثة في التعليم والتعلم وإنتاج المواد العلمية، وتطوير البرامج والمناهج والمقررات الدراسية.
- رفع كفاءة أعضاء هيئة التدريس بالجامعات الحكومية ومؤسسات التعليم العالي من خلال اكتساب المهارات الأساسية اللازمة لإدارة وتنفيذ خطط الإصلاح والتطوير.
- التعاون مع مشروعات التطوير بوحدة إدارة المشروعات لتحقيق الخطط الاستراتيجية لتطوير منظومة التعليم العالي.

إنجازات المشروع:

وقد شملت هذه الإنجازات مايلي:

- تمويل مشروعاً تنافسياً فى مختلف التخصصات بمؤسسات التعليم العالي بتكلفة إجمالية قدرها ١٣,٣٢ مليون دولار أمريكي لتحسين القدرة على التنافس بين أعضاء هيئة التدريس ويساعد علي تعزيز الجودة في المجالات التالية: تطوير الإدارة، وتطوير البرامج الأكاديمية، والتدريب، وتكنولوجيا المعلومات، وتطوير أساليب تعليمية جديدة، وبث روح المبادرة بين أعضاء هيئة التدريس.
- تمويل مشروعات فى عدد ٩٠ كلية من كليات الجامعات المصرية، و ٥ كليات تكنولوجية، ووزارة التعليم العالي. وكان التوجه الرئيسي نحو طلاب مرحلة البكالوريوس. وقد بلغ عدد المستفيدين من المشروع بطريقة مباشرة ١٢١٧٢٢ طالباً بينما استفاد عدد ٨٩٨٩٩ طالبا بطريقة غير مباشرة.
- عنيت بعض المشروعات بطلاب الدراسات العليا وأعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة والفنيين والموظفين بإدارات الجامعة والمؤسسات التعليمية والخريجين والممارسين والمجتمع والمؤسسات الخدمية.
- وقد نتج عن تمويل المشروعات التنافسية تحقيق ما يلي:-

- استحداث عدد ٥ برامج دراسية جديدة لمرحلة البكالوريوس، علي مستوي الجامعات المصرية.
- استحداث عدد ٣٥ برنامج دراسات عليا.
- تطوير وتحديث عدد ٥٠٩ مقرراً دراسياً.
- تطوير لوائح عدد ١٠ برامج دراسية لمرحلة البكالوريوس.
- تطوير لوائح عدد ٤٤ برنامج دراسات عليا.
- إعداد ٤٥٣ مقرراً دراسياً فى صورة إلكترونية.
- إعداد عدد ١٥٥ تجربة معملية باستخدام نظم المحاكاة والمعامل الافتراضية.
- إنشاء وتطوير عدد ١٢٢ معملاً من خلال ١٢٢ مشروعاً تشمل ٥١ معمل كمبيوتر، ٧١ معملاً متخصصاً.
- تطوير وتحديث تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال ١٦ مشروعاً.

- تطوير وتحديث مصادر المعلومات والمكتبات من خلال ٧ مشروعات.
- إنشاء عدد ٥٩ مركزاً متخصصاً بالجامعات الحكومية.
- إنشاء وتأسيس عدد ١٥ نظاماً داخلياً لضمان الجودة بالجامعات الحكومية من خلال ٨ مشروعات في ٩ جامعات.
- تطوير وإعادة الهيكلة لعدد ٩ أنظمة إدارة بالجامعات المصرية.
- تأليف ونشر عدد ٥٧ بحثاً علمياً.
- عقد عدد ٣٩ بروتوكول تعاون مع المؤسسات المجتمعية.
- إنشاء عدد ٦٤ وحدة ذات طابع خاص لضمان استمرارية عوائد المشروعات.

٢- مشروع تطوير نظم وتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي

رؤية المشروع: ضمان جودة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تنفيذ وإدارة العملية التعليمية بكل مؤسساتها، معتمدة على مركز معلومات للتعليم العالي يتيح كافة المعلومات المطلوبة للتعليم والبحث العلمي والتكنولوجي، ويخدم المجتمع.

رسالة المشروع: إتاحة وتداول المعلومات في الصورة الإلكترونية من خلال شبكات معلومات الجامعات بشكل مباشر وسريع، واستحداث أنماط تعليمية جديدة، وتحقيق الميكنة المتكاملة للإدارة الجامعية، وتهيئة المجتمع الجامعي للتعامل معها من خلال التدريب الموجه والمستمر.

أهداف المشروع: تم تخطيط الأهداف الرئيسية لمشروع تطوير نظم تكنولوجيا المعلومات (ICTP) كما يلي:

- تأهيل البنية الأساسية لشبكات معلومات الجامعات وشبكة الجامعات المصرية بالمجلس الأعلى للجامعات لتغطي كامل منظومة التعليم العالي.
- استحداث تطبيقات متكاملة لنظم المعلومات الإدارية ودعم اتخاذ القرار بالجامعات والمجلس الأعلى للجامعات.
- إعداد خطة على مستوى الجامعات والمجلس الأعلى للجامعات لتطبيق مبدأ التعلم الإلكتروني والتعلم عن بعد.

- توفير مصادر المعلومات الإلكترونية من الكتب والمراجع والدوريات وإتاحتها عن طريق شبكات المعلومات الجامعية.
- إنشاء مراكز بالجامعات والمجلس الأعلى للجامعات لتقديم خدمات تعتمد على تقنيات المعلومات والاتصالات فى مجال التعليم العالي بهدف:
- تحويل المقررات إلى الصورة الإلكترونية.
- تدريب أعضاء هيئة التدريس على توظيف واستخدام تقنيات المعلومات والاتصالات فى تنفيذ البرامج التعليمية.

إنجازات المشروع: تمثلت هذه الإنجازات فى تنفيذ المحاور الآتية:

أ- محور البنية الأساسية لشبكات المعلومات Network Infrastructure:

- إنشاء الشبكة الموحدة للتعليم العالي والبحث العلمي التي تربط جميع الجامعات والمراكز البحثية ومدينة مبارك للعلوم ومكتبة الإسكندرية.
- رفع كفاءة البنية الأساسية لشبكة الجامعات المصرية وتزويدها بأجهزة معالجة وتخزين وحماية البيانات.
- رفع كفاءة شبكات المعلومات الداخلية للجامعات لربط جميع الكليات بشبكة معلومات الجامعة، وزيادة نقاط الربط الشبكي، وزيادة القدرة على معالجة وتخزين البيانات.
- إنشاء شبكة فيديو كونفرانس وبث مرئي بالجامعات المصرية.
- توفير عدد ٢ دائرة ربط دولية سعة كل منها ١٥٥ ميجابت/ ث مما ساعد على رفع سرعة الإنترنت المتاح للجامعات لتصبح 310 Mbps بدلا من 5Mbps بالإضافة إلى الاتصال بالشبكة الدولية Internet ٢ بسرعة توصيل Mbps 34 والاتصال بشبكة EUMEDCONNECT بسرعة توصيل 34Mbps.

ب- محور نظم المعلومات الإدارية Management Information System (MIS)

تتمثل إنجازات مشروعات نظم المعلومات الإدارية بالجامعات فيما يلي:

- إنشاء مركز لدعم وتشغيل نظم المعلومات الإدارية بكل جامعة مشتركة بالمشروع (١٤ جامعة) كوحدات مجهزة بالأثاث والمعدات وأجهزة التكييف اللازمة لها بمواقع

متميزة ومزودة بالخوادم الرئيسية ووحدات تخزين البيانات والأجهزة والكوادر الفنية المدربة القادرة على متابعة تشغيل النظم. كما تم تزويد المراكز بالبرمجيات المختلفة من أنظمة التشغيل وقواعد البيانات وأنظمة الحماية ورخص استخدام برامج قواعد البيانات.

- تطوير برمجيات وتطبيقات موحدة لشئون التعليم والطلاب وشئون الدراسات العليا والبحوث وشئون أعضاء هيئة التدريس الهيئة المعاونة والجداول الدراسية ونظام أعمال الامتحانات والكنترولات على مستوى ١٤ جامعة، وربطها بالتنسيق الإلكتروني والمجلس الأعلى للجامعات.
- تطوير برمجيات وتطبيقات قطاع الدراسات العليا شاملا البحوث والعلاقات الثقافية والمؤتمرات والمشروعات، وتطبيقه فى جامعة القاهرة بشكل تجريبي، مع إمكانية نشره وتفعيله فى باقي الجامعات.
- بدء تشغيل النظم في ١٨٥ كلية.
- تحميل جميع بيانات اللوائح والطلاب المقيدين بالكليات، وتوفير أجهزة الكمبيوتر والطابعات المختلفة ومتعددة الأغراض والماسحات الضوئية اللازمة للعمل بالكليات وإدارة الجامعة المركزية بإدارات شئون التعليم والطلاب وشئون الخريجين وشئون الدراسات العليا وشئون أعضاء هيئة التدريس. كما تم رفع كفاءة العاملين ومدخلي البيانات بها عن طريق التدريب علي تكنولوجيا المعلومات وعلى تطبيقات نظم المعلومات الإدارية.
- تكامل أنظمة قواعد البيانات الخاصة بالمجلس الأعلى للجامعات مع نظم قواعد بيانات الجامعة.
- تواجد فعلى للتطبيقات على شبكة الانترنت من خلال مواقع المراكز سواء كانت مواقع مستقلة أو من خلال مواقع الجامعات.
- تجميع بيانات الطلاب والكنترول وتحويلها لصورة إلكترونية فى الجامعات المشتركة بالمشروع.
- تحميل بيانات التنسيق الإلكتروني على نظم المعلومات الإدارية.

تتمثل إنجازات مشروعات نظم المعلومات الإدارية بالمجلس الأعلى للجامعات فيما يلي:

- إنشاء مركز لنظم المعلومات الإدارية ودعم اتخاذ القرار بالمجلس الأعلى للجامعات.
- بناء بوابة معلومات الكترونية للمجلس الأعلى للجامعات.
- تطوير وتطبيق نظام معلومات إدارة المعادلات - الأمانة العامة للمجلس - إدارة الإحصاء بالمجلس الأعلى للجامعات، وجاري حالياً الانتهاء من تطوير وتطبيق نظم معلومات بقية الإداريات بالمجلس.
- الربط مع نظم المعلومات الإدارية بالجامعات لتبادل المعلومات آليا بين النظم.
- إعداد ومعالجة البيانات الخاصة بقرارات لجنة المعادلات بالمجلس ومحاضر اجتماعات المجلس.
- بنية أساسية متكاملة للمجلس الأعلى للجامعات (حاسبات ومعدات وشبكات وبرمجيات).
- بنية بشرية مدربة وقادرة على استخدام نظم معلومات الإدارة ودعم اتخاذ القرار.
- نظام معلومات إدارية ونظام لدعم اتخاذ القرار بالمجلس الأعلى للجامعات.
- قاعدة بيانات كاملة قادرة على دعم أعمال الإدارة للمجلس العلى للجامعات.
- مستودع بيانات وقاعدة نماذج إلكترونية تدعم نظم دعم اتخاذ القرار بالمجلس الأعلى للجامعات.
- إنشاء بوابة معلومات للمجلس الأعلى للجامعات قادرة على تقديم كافة الخدمات التي يقدمها المجلس الأعلى للجامعات الكترونيا لجميع المستفيدين بداخل مصر وخارجها.

جـ- محور التعلم الالكترونى e-learning:

- إنشاء مركز قومي للتعلم الإلكتروني بالمجلس الأعلى للجامعات (www.nelc.edu.eg).
- إنشاء ١٧ مركزا لإنتاج المقررات الإلكترونية بالجامعات المصرية.
- تطوير نظام التصميم التعليمي للمقررات الإلكترونية IDS.
- تطوير نظام مولد المقررات الإلكترونية ECG.
- تطوير نظام متابعة وتقييم المقررات الإلكترونية ECEM.

- تطوير المستودع المصري للمعامل الافتراضية EVLP.
- إنتاج ونشر عدد ١٢٨ مقرراً الكترونيا.
- تطبيق المقررات الإلكترونية بالجامعات المصرية.

د- محور المكتبات الالكترونية Digital Libraries:

- بناء مكتبة رقميه تشتمل على أكثر من ٢٠٠ ألف مصدر معلومات إلكتروني منها ٤٠ ألف دورية، ١٥ ألف كتاب إلكتروني إلى جانب النصوص الكاملة لأكثر ٢,٤مليون رسالة جامعية. ويتم إتاحة كل هذه المصادر من خلال بوابة إلكترونية موحدة للبحث.
- إنشاء فهرس موحد لمقتنيات المكتبات الجامعية المصرية يشتمل على أكثر من ٢ مليون تسجيلة للكتب والدوريات والرسائل المتاحة على رفوف المكتبات الجامعية.
- بناء قاعدة بيانات للرسائل الجامعية التى أجازتها الجامعات المصرية تشتمل على أكثر من ٢٠٠ ألف مستخلص للرسائل الجامعية المصرية.
- تطوير نظام المستقبل للمكتبات بحيث يشتمل على حوالي ٨٠% من المتطلبات الوظيفية لنظم إدارة المكتبات.

هـ- التدريب في مجال تكنولوجيا المعلومات ICT Training

- إنشاء وتجهيز وحدة مركزية لإعداد ومتابعة التدريب على نظم وتكنولوجيا المعلومات بأمانة المجلس الأعلى للجامعات مكتملة التجهيزات والهيكل الإدارى.
- إنشاء وتجهيز ١٧ مركز تدريب فرعي بالجامعات مكتملة التجهيز والهيكل الإدارى.
- إعداد مادة تدريبية مكتملة التوصيف (المادة الخاصة بكل من المدرب والمتدرب) ومصفوفة تتيح التدريب المتخصص لكافة مستويات الإدارية والتعليمية والبحثية بالجامعات.
- تدريب أكثر من ٢٢٠٠٠ متدرب – مسار خلال مراحل التدريب الثلاث. كما شارك المشروع فى الإشراف على تدريب أكثر من ٣٠٠٠ متدرب – برنامج من خلال

التدريب المقدم من شركة Microsoft فى مبادرة التعليم المصرية على برنـامجي Digital Literacy & e-Content.

- تنفيذ تدريب متخصص لبعض المشروعات الأخرى مثل مشروع تطـوير كليـات التربية ومشروع نظم المعلومات الإدارية بالجامعات.
- تدريب مجموعة من المدربين الأكفاء للعمل بمراكز التدريب الفرعية.
- إنشاء قاعدة بيانات خاصة بالمتدربين والمدربين على مستوى الجامعات.
- إنشاء بنية إلكترونية تتيح تنفيذ الاختبارات مركزيا، كما تتيح ميكنة إدارات التدريب ومتابعة المراكز الفرعية.

٣- مشروع الكليات التكنولوجية المصرية:

رؤية المشروع: تطوير المعاهد الفنية فوق المتوسطة لتصبح رافداً أساسيا لأسـواق العمـل المحلية والإقليمية يقوم بإمدادها باحتياجاتها المتزايدة من الكوادر البشرية المؤهلـة والقـادرة على شغل الوظائف الفنية والإدارية الوسطي في المواقع الإنتاجية والتجارية والخدمية بكفاءة، وإنشاء وتقوية روابط فعالة بين هذه المعاهد والمجتمع.

رسالة المشروع: تحسين حوكمة وأداء المعاهد الفنية فوق المتوسطة وتنمية قدراتها الماديـة والفنية والبشرية كي تتمكن من تخريج إداريين وفنيين في المستوى المهاري الثالث (حسـب مخرجات مشروع بناء المستويات القياسية القومية للمهارات NSSP)، ودعم إنشاء وتقويـة روابط فعالة بين هذه المعاهد ومجتمعاتها المحلية بما يعود بالنفع على الطـلاب والخـريجين وقطاعات الأعمال.

أهداف المشروع:

- تطوير الهيكل التنظيمي للمعاهد الفنية فوق المتوسطة لتحسين حوكمتها وتحقيـق لا مركزية إدارتها بتجميعها فى ثماني كليات تكنولوجية تكـون لهـا روابـط قويـة بمجتمعات الأعمال المحيطة بها.
- تأهيل البنية الأساسية وتجهيزات ومباني الكليات التكنولوجية.
- تطوير البرامج الدراسية لتواكب التطورات التكنولوجية وحاجة أسواق العمل.

- تطوير المعامل والورش في معاهد فنية وثلاث كليات تكنولوجية بما يخدم البرامج الدراسية المطورة.
- تنمية القدرات المهنية للمديرين وأعضاء هيئة التدريس والعاملين بالكليات وسد العجز في أعداد المدرسين.
- نشر ثقافة جودة الأداء في الكليات التكنولوجية وتأسيس نظم توكيد الجودة بها.
- استحداث نظام معلومات إدارية موحد خاص بالكليات التكنولوجية وتطبيقه.

إنجازات المشروع: وتظهر هذه الانجازات في:

أ- تطوير الهيكل التنظيمي للمعاهد الفنية فوق المتوسطة وتقوية روابطها بالمجتمع:

- تعديل التشريعات لتحسين الحوكمة وتحقيق لا مركزية الإدارة بإنشاء ثماني كليات تكنولوجية تتولى كل واحدة منها إدارة مجموعة من المعاهد التي تقع في نطاقها الجغرافي وذلك بدلا من إدارة هذه المعاهد، البالغ عددها ٤٥ معهداً موزعة على ١٨ محافظة، مركزيا من القاهرة.
- إنشاء وتشكيل مجلس أمناء لكل كلية يضم ممثلين لمجتمع الأعمال المحيط، من أهم اختصاصاته تقوية أداء الكلية والعمل على تقوية الروابط بينها وبين المجتمع.
- إنشاء وتشكيل مجلس أعلى للكليات التكنولوجية يتولى وضع السياسات وتقويم الأداء، يرأسه وزير التعليم العالي ويضم في عضويته ممثلين عن الصناعة والمجتمع المدني ورؤساء مجالس الأمناء.
- إصدار اللائحة الداخلية للكليات التكنولوجية التي تمنح الكليات كثيراً من المرونة فى اتخاذ القرارات وتسمح بإنشاء وحدات ذات طابع خاص يتم من خلالها تقديم خدمات للمجتمع، حيث تم الانتهاء من إعداد مشروع إنشاء هذه الوحدات تمهيداً لإصداره.

ب- تأهيل البنية الأساسية والتجهيزات والمباني:

- تطوير البنية الأساسية والتجهيزات فى عدد ٢٤٥ معملاً وورشة فى ٣٩ معهداً من المعاهد الصناعية والتجارية ومعاهد السياحة والفنادق لتهيئتها لاستقبال أجهزة ومعدات التدريب والماكينات الحديثة.
- التعاقد لإنشاء مباني مدرجات ومعامل وورش للمعاهد الصناعية والتجارية.

- تنفيذ نظام معلومات جغرافية (GIS) لتكوين قاعدة بيانات إلكترونية لمعظم منشآت الكليات التكنولوجية.

جـ- تطوير البرامج الدراسية:

- استحداث برامج ومقررات دراسية وتطوير القديم منها تطويراً جذرياً بعدد ٣٦ برنامجاً دراسياً تشمل ٥٩٢ مقرراً كي تصبح مواكبة للتطورات التكنولوجية واحتياجات سوق العمل، وذلك عن طريق لجان فنية متخصصة ضمت أساتذة من الجامعات ومدرسين من المعاهد ومتخصصين وخبراء من رجال الصناعة والتجارة والسياحة والفندقه.
- تطبيق البرامج والمقررات المطورة في المعاهد التجارية ومعهد الخدمة الاجتماعية اعتباراً من العام الدراسي ٢٠٠٥/٢٠٠٤ وفي المعاهد الصناعية ومعاهد السياحة والفنادق من العام الدراسي ٢٠٠٦/٢٠٠٥.
- استحداث شعب وتخصصات جديدة بناء على احتياجات سوق العمل في معاهد صناعية (شعبتي اللحام والملابس الجاهزة) وتجارية (شعبة المشروعات الصغيرة) وسياحة وفنادق (شعبة خدمة الوجبات السريعة)، والتعاقد مع شركات لتدريب الطلاب لديها خلال الأجازات الصيفية نظير مكافأة شهرية تمنح للمتدربين مع تعيينهم بعد تخرجهم. وقيام معاهد عديدة بتدريب طلابها خلال الإجازات الصيفية باستخدام المعامل والورش الحديثة التي تم تجهيزها بها.
- وضع آلية لمراجعة البرامج والمقررات الدراسية لضمان جودتها ومواكبتها للتطورات التكنولوجية واحتياجات سوق العمل، واستخدام تلك الآلية في مراجعة البرامج والمقررات الدراسية التي بدأ تطبيقها عامي ٢٠٠٤ و ٢٠٠٥.

د- تطوير المعامل والورش:

- تطوير المعامل والورش فى معاهد فنية مختلفة وإمدادها بأجهزة ومعدات تدريب وماكينات حديثة يتحكم في عمل كثير منها حاسبات آلية، وذلك علي النحو التالي:

- إمداد ٣٦ معهداً بالأجهزة والمعدات والشبكات اللازمة، وإنشاء ٨٦ معملاً للحاسب الآلي و٢٦ معملا للانترنت و ١٢ معملاً للغات و ٦ معامل للفيزياء.

- إمداد المعاهد بالأجهزة والمعدات والماكينات اللازمة لإنشاء وتحديث ٩٧ معملا وورشة تدريب تخدم العملية التعليمية وتدريب الطلاب على التكنولوجيا الحديثة فى شعب الميكانيكا والكهرباء والإلكترونيات وشعب المدني والعمارة وغيرها.

هـ- تنمية قدرات المديرين وأعضاء هيئة التدريس والعاملين وسد العجز فى أعداد المدرسين:

- تعيين مدرسين جدداً بكافة المعاهد والكليات التكنولوجية وذلك لتحسين نسبة أعضاء هيئة التدريس إلي الطلاب.
- عقد دورات تدريبية وورش عمل لعدد ٣٤١ مديراً ومرشحاً لوظائف الإدارة العليا بالكليات والمعاهد.
- إيفاد بعض المديرين والمدرسين بعثة تدريبة من خلال منحة ممولة من الجانب الأمريكي إلى كليات مجتمع (Community Colleges) بالولايات المتحدة الأمريكية لمدة ٩ أشهر خلال عام ٢٠٠٨/ ٢٠٠٩، ٢٠١٠.
- عقد دورات تدريبية في مجال الحاسب الآلي (ICDL) وحصول ٧٩٩ فرداً من مديري ومدرسي الكليات التكنولوجية علي الرخصة الدولية.
- عقد دورات تدريبية في اللغة الإنجليزية للمدرسين والمديرين لرفع مستواهم المهاري في اللغة.
- عقد ٤٤ دورة تدريبية تخصصية لعدد ٦٩٦ مدرساً ومدرباً.
- عقد دورات تربوية للمدرسين والمدربين.
- عقد دورات تدريبية فى المجالات الإدارية لعدد ٦٦١ موظف إداري.
- تدريب عدد ١٢٦ فنياً ليصبحوا أمناء معمل.
- قيام الكليات بمجهودات ذاتية لتدريب العاملين بها علي مهارات استخدام الحاسب الآلي والأجهزة والمعدات والماكينات الحديثة.

و- نشر ثقافة جودة الأداء وتأسيس وحدات توكيد الجودة:

- عقد ٢٠ دورة تدريبية وورشة عمل وزيارة متابعة ميدانية حيث تم تدريب عدد ٥١١ مدرس على نشر ثقافة جودة الأداء في الكليات التكنولوجية، ثم قيام مدرسين

من الذين تم تدريبهم بعقد دورات تدريبية فى معاهدهم لنشر هذه الثقافة بين زملائهم.

- إنشاء وحدات توكيد جودة في كليات المطرية والمحلة الكبرى وجنوب الوادي وسبعة من معاهد هذه الكليات، وبدء هذه الوحدات في العمل حيث قامت بإصدار التقرير السنوي عن الأداء عن عام ٢٠٠٨.

ز- استحداث نظام معلومات إدارية (MIS) للكليات التكنولوجية:

- تطوير نظام معلومات إدارية للكليات التكنولوجية وتطبيقه.
- إمداد الكليات والمعاهد التي أنشئت بها وحدات توكيد الجودة ويتم إدخال نظم المعلومات الإدارية إليها بالأجهزة والشبكات اللازمة لعمل هذه الوحدات.

٤- مشروع تطوير كليات التربية:

رؤية المشروع: تحقيق تحديث شامل لكليات التربية يواكب التطورات العلمية والمهنية العالمية ويراعي الخصوصية المصرية بعامة وخصوصية كل كلية وفق بيئتها بخاصة علي أساس منظومي من ناحية، وفعالية التعليم والتعلم من ناحية ثانية، والجودة الشاملة كمدخل للتطوير من ناحية ثالثة.

أهداف المشروع وتمثلت هذه الأهداف في:

- خلق مناخ يساعد على التطوير، أساسه رؤية جديدة لكليات التربية، تبنى عليها رسالة هذه الكليات وإطارها المفاهيمي.
- إصلاح نظام إعداد المعلم بكافة منظوماته الفرعية، وربط عملية الإصلاح بالتكنولوجيا والتدريب.
- التنمية المهنية لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم والقيادات.
- تحسين نوعية التسهيلات المادية لكليات التربية من معامل ومختبرات.
- تبني مدخل للإصلاح الذاتي تقوم به كليات التربية.
- ضمان جودة الأداء بكليات التربية.
- إقامة علاقات بين المشروع من ناحية ووزارة التربية والتعليم ومشروعات التطوير الأخري من ناحية أخرى.

- وضع نظام للمتابعة والتقويم كمدخل لقياس المردود.

إنجازات المشروع: وتمحورت فى تحقيق مايلي:

أ- خلق بيئة للتطوير أساسها وضوح الرؤية والرسالة:

- إصدار وثيقة عن تقويم الوضع الراهن لكليات التربية ودراسة نظم إعداد المعلم في الدول الأجنبية.
- إصدار وثيقة عن الرؤية والرسالة والإطار المفاهيمي لكليات التربية.
- مشاركة نسبة تزيد عن ٥٠% من أعضاء هيئة التدريس في أنشطة المشروع.
- عقد لقاءات وندوات وورش عمل مركزية وداخل كليات التربية..

ب- إصلاح نظام إعداد المعلم بكافة مكوناته التتابعي والتكاملي:

- بناء نموذج متكامل استرشادي للنظام الداخلي لكليات التربية.
- تطبيق النموذج استطلاعياً فى ٤ كليات للتربية.
- تغيير معظم كليات التربية لنظم إعداد المعلم بها، وبرامجها التعليمية ومقرراتها الدراسية، ونظم التقويم.
- الخروج بنتائج إيجابية لعملية مراجعة مكونات النموذج الإرشادي.
- توصيف برامج إعداد المعلم: معلمة الروضة، و ١٢ برنامجاً لمعلم الإعدادي والثانوي، و٥ برامج لإعداد معلم التعليم الابتدائي.
- توصيف ١٤٠٠ مقرر لجميع برامج إعداد المعلم تتابعياً وتكاملياً.
- مراجعة البرامج عن طريق خبراء محليين وأجانب.
- الانتهاء من توصيف المقررات ومراجعتها وطباعتها وتوزيعها لعرضها على الجامعات وكليات التربية ووضعها في صورتها النهائية بناء على التغذية الراجعة.
- إعداد اللائحة الداخلية لكليات التربية في صورتها النهائية واعتمادها من اللجنة القومية ولجنة القطاع والمجلس الأعلي للجامعات كلائحة استرشادية.
- صدور القرارات الوزارية اللازمة للبدء فى تطبيق اللائحة الداخلية الجديدة لكليات التربية اعتبارا من العام الجامعي ٢٠٠٥-٢٠٠٦.
- وضع أسس جديدة لبرامج الدراسات العليا: الدبلومات، الماجستير، الدكتوراه وتوصيف مقرراتها.

ج- التنمية المهنية لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم:

* تنفيذ برامج التنمية المهنية لأعضاء هيئة التدريس بكليات التربية ومعاونيهم على:

- التدريس للطالب المعلم — استخدام التكنولوجيا فى التدريس.
- اللغة الإنجليزية — البحث لعلمي فى التربية.
- شهادة الكمبيوتر الدولية ICDL — تقويم الأداء
- التدريب علي تكنولوجيا المعلومات - التربية العملية.

• تدريب حوالى ٦٠% من أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم فى الدورة الأولى.

د- تحسين مستوي البنية الأساسية بكليات التربية لتمكينها من تقديم برامجها بجودة علـــى النحو الآتي:

• قياس الاحتياجات الفعلية لكليات التربية في مجال المعامل والتجهيزات.

• تحديد مواصفات المعامل وما تضمه من أجهزة عـــن طريـــق خبـــراء مصـــريين وأجانب.

• تزويد جميع كليات التربية بالمعامل والتجهيزات في مجالات التربية والعلوم واللغات والجغرافيا باستخدام الحاسبات الآلية.

• تزويد المعامل بالبرامج التعليمية والتجارب المعملية (علوم) Software.

• تدريب أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم والفنيين علي استخدام الأجهزة والمعامل.

هـــ- ضمان جودة الأداء بكليات التربية:

• تنفيذ مشروعات ضمان الجودة والاعتماد في كليات التربية لإعداد نظـــام داخلـــي للجودة وإعداد دراسات للتقويم الذاتي للأداء.

و- تبني مدخل للتطوير الذاتي لكليات التربية:

• تنفيذ برنامج التطوير الذاتي لكليات التربية من الداخل College-Based Reform Projects من خلال تنفيذ المشروعات التي تقدمت بها كليات التربية حيث تم اختيار وتمويل ٥٤ مشروعاً.

• وقد نتج عن تنفيذ برنامج التطوير الذاتي تحقيق مايلي:

- إعداد لوائح داخلية لعدد ١٤ كلية.
- استحداث ١٢ برنامجاً دراسياً جديداً لمرحلة البكالوريوس.

- استحداث ٢٩ برنامجاً دراسياً جديداً للدراسات العليا.
- تطوير ٨٢٨ مقرراً دراسياً.
- تحويل ١٦٧ مقرراً إلى الصورة الإلكترونية.
- تنفيذ ١٣ برنامجا للتدريب الإلكتروني.
- إنشاء وحدات ومراكز ذات طابع خاص.
- إنشاء ٥٣ معملا مجهزاً بالحاسبات الآلية.
- تطوير برامج التربية العلمية.

٥- مشروع تنمية قدرات أعضاء هيئة التدريس والقيادات

رسالة المشروع: تبني وتطبيق مفاهيم وممارسات التطوير الذاتي المستمر للقدرات المهنية للموارد البشرية بالجامعات المصرية لتحسين جودة مخرجات الأداء الجامعي (تعليمية وبحثية) بما يحقق التكيف مع تحديات العصر، وكذلك تتوافق مع قواعد السلوك الأخلاقي المهني للمشتغلين بمهنة التعليم العالي.

أهداف المشروع: وتتلخص في:

- تنمية القدرات التطويرية لأعضاء هيئة التدريس بمؤسسات التعليم العالي بما يمكنهم من تحسين جودة مخرجات التعليم العالي.
- تنمية الخبرات الذاتية التي تدعم التطوير المستمر لأنشطة المشروع بما يحقق استمراريته في أداء رسالته.
- تنمية وتحديث القدرات والمهارات الإدارية للقيادات الأكاديمية والكادر الإداري بما يمكنهم من إحداث التغيير المستهدف بنجاح.
- تدعيم مراكز التدريب بالجامعات ومؤسسات التعليم العالي.
- نشر ثقافة التدريب والتطوير الذاتي.
- تطوير أداء هيئة التدريس في مجال تخطيط وإدارة البحث العلمي.
- تنمية مهارات القيادات الجامعية في مجال فهم وتحليل المشكلات وطرق اتخاذ القرار وإدارة الأزمات.

- تدعيم القدرة المؤسسية علي التطوير الذاتي بإنشاء مراكز تدريب معتمدة بالجامعات وإعداد كوادر لإدارة التدريب وإعداد المدربين المؤهلين وكذلك المواد التدريبية المعتمدة.
- تقييم مردود التدريب علي المدى القريب والبعيد وأثره علي الأداء الأكاديمي وجودة مخرجات التعليم.

إنجازات المشروع: وتظهر من استعراض المحاور الآتية:

أ- إعداد مصفوفة تدريب جديدة تمثل المتطلبات الإجبارية للتأهيل:

وذلك بناء على دراسة ميدانية للاحتياجات، تم إعداد المصفوفة المقترحة بعدد ١٦ برنامجاً فى أربع جدارات هى: التدريس، البحث العلمي، القيادة والإدارة، الاتصال والتعامل مع المجموعات.

ب- إعداد واعتماد معايير العمل بالمشروع:

تم وضع معايير لإعداد المدربين والمواد التدريبية وكذلك مراكز التدريب. وتم الوصول إلى إتفاق تفاهم مع المجلس الدولي لاعتماد المدربين International Board of Certified Trainers (IBCT) بالولايات المتحدة الأمريكية وفرعه بأوروبا على التعاون بالقواعد التالية:

- تدريب واعتماد دولي لعدد ٦٦٠ مدرباً (منهم ٦٠ مدرباً للمدربين Master Trainers).
- توفير المادة التدريبية المعتمدة دولياً لإعداد المدربين (وإتاحتها في شكل ورقي وإلكتروني).
- توفير عدد من الكتب اللازمة للتدريب (لكل متدرب).
- الإشتراك في الامتحانات وتقييم العروض الخاصة بالمتدربين.
- الترخيص للمركز القومي لتنمية قدرات هيئة التدريس والقيادات بمصر في منح الاعتماد الدولي لعدد ١٠٠٠ مدرب مصري بمن فيهم مدربي الجامعات، و١٠٠٠ مدرب من خارج مصر في الفترة حتي نهاية ٢٠١٠.

- الترخيص للمركز القومي لتنمية هيئة التدريس والقيادات في عقد دورات تدريبية للمدربين خارج مصر باستخدام المادة التدريبية المعتمدة.
- وضع المركز القومي (قسم الشرق الأوسط وشمال أفريقيا) علي موقع الإنترنت الخاص بالمجلس، وإصدار أخبار المركز ضمن النشرة الدورية للمجلس News Letter.

جـ- إعداد المدربين:

تم إعداد نظام لإعداد واعتماد المدربين طبقاً لمعايير المجلس الدولي للمدربين المعتمدين في ثلاث مستويات هى: مدرب أساسي - مدرب مشارك - مدرب معتمد دولياً.، وهناك دورات لإعداد وتأهيل لكل مستوى.

د- إعداد الحقائب التدريبية:

- تم الإعلان فى كل الجامعات المصرية عن مسابقة لإنتاج حقائب تدريبية لجميع جدارات التدريب الأربعة، وقد تم إعداد الحقائب التدريبية التالية:

١٦ حقيبة تدريبية للجدارات الأربعة.

٣ حقائق تدريبية لتدريب المدربين (المستويات الثلاث).

وقد تم طبع الحقائب وإمداد كل جامعة بعشرين نسخة علي الأقل لاستخدامها فى مركز التدريب الخاص بها.

هـ- المتدربون بالجامعات:

بلغ عدد أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم والقيادات الأكاديمية والإدارية التي تلقت تدريباً بالجامعات: ٢٢٣٥٧٣ متدرباً في ٩٥٥٨ دورة أساسية وعدد من الدورات الفرعية.

و- مراكز التدريب بالجامعات:

- تم إعداد ١٧ مركز تدريب بالجامعات المصرية الحكومية.

- تم اعتماد ثلاثة مراكز تدريب طبقاً لمعايير الاعتماد الدولي في كل من جامعات طنطا، والإسكندرية ، والزقازيق.

وقد قام المشروع بتقديم خدمات التدريب لكل من مشروعات: الكليات التكنولوجية، الجودة، كليات التربية. كما قدم التسهيلات والمعامل التي أنشأها في الجامعات وفي الوحدة

المركزية لمشروعات التطوير لكي يستخدمها مشروع تطوير نظم وتكنولوجيا المعلومات ICTP.

٦- مشروع ضمان الجودة والاعتماد

رؤية المشروع: تمكين مؤسسات التعليم العالي من تأسيس نظم ضمان الجودة وإعدادها وتأهيلها للتقدم للحصول علي الاعتماد من الهيئة القومية لضمان الجودة والاعتماد.

رسالة المشروع: ضمان جودة التعليم والتحسين المستمر ورفع كفاءة أداء مؤسسات التعليم العالي، مما يؤدي إلي كسب ثقة المجتمع في قدرة الخرجين وكفاءتهم علي المستوي القومي والدولي، وهذا من خلال تأهيل الجامعات الحكومية للحصول علي الاعتماد.

أهداف المشروع:

- إنشاء الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد.
- نشر ثقافة الجودة فى المجتمع الأكاديمي.
- إنشاء مراكز ضمان الجودة والاعتماد بالجامعات الحكومية.
- وضع خطط استراتيجية لضمان الجودة بالجامعات الحكومية.
- وضع المعايير الأكاديمية المرجعية للبرامج التعليمية المختلفة.
- إنشاء نظام داخلي للجودة بكليات الجامعات الحكومية.

إنجازات المشروع:

أ- الإعداد لإنشاء الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد:

- تم وضع تصور مبدئي لقانون الهيئة والمشاركة في مناقشة القانون بمجلس الشعب والشورى وصدور القرار الجمهوري الخاص بإنشاء الهيئة في يونيو ٢٠٠٦.
- المشاركة في وضع اللائحة التنفيذية للهيئة.
- إمداد الهيئة بمخرجات مشروع ضمان الجودة والاعتماد والتي تتضمن:
  - معايير الاعتماد المؤسسي للكليات بالجامعات.
  - المعايير الأكاديمية للبرامج التعليمية (١٠ قطاعات).

– قاعدة البيانات الخاصة بالمراجعين النظراء ورؤساء فرق الزيارات الميدانية والخبراء الفنيين والإداريين في مجال جودة التعليم الذين تم تدريبهم لمدة ٥ سنوات.

ب- نشر ثقافة الجودة في المجتمع الأكاديمي وجميع المستفيدين من الخدمة التعليمية:

- تدريب ٤٠٠٠ عضو هيئة تدريس بالاشتراك مع مراكز ضمان الجودة بالجامعات لترسيخ مفاهيم الجودة في المجتمع الأكاديمي والقيادات الجامعية.
- تدريب ٧٠٠ عضو هيئة تدريس للعمل كنظراء مراجعين ورؤساء فرق للزيارات الميدانية التي تتم للكليات المختلفة.
- تدريب جميع مديري مراكز ضمان الجودة والاعتماد (١٧ مركزاً) للقيام بأدوارهم مع كليات الجامعات في التدريب علي معايير ومفاهيم الجودة وكيفية القيام بالدراسة الذاتية وكتابة التقارير السنوية.
- تدريب ٥٠٠ عضو هيئة تدريس علي كيفية صياغة استراتيجيات الجامعة الخاصة بضمان الجودة والاعتماد وعناصرها وكيفية تصميم خطط العمل للتحسين المستمر.
- عقد حملات التوعية شارك فيها ٩٠٠ عضو هيئة تدريس علي كيفية وضع واستخدام المعايير الأكاديمية المرجعية للبرامج التعليمية.
- عقد لقاءات وحوارات مع وسائل الإعلام المختلفة المرية والمسموعة والصحافة للتعريف بالمشروع وندوات عن ضمان جودة التعليم وأهميته للمجتمع.
- عقد أول مؤتمر قومي لضمان الجودة والاعتماد ٢٠٠٧ حضره أكثر من ١٠٠٠ مشارك من المجتمع الأكاديمي والمستفيدين من الخدمة التعليمية.
- المشاركة علي المستوى الإقليمي والدولي من قبل رؤساء وأعضاء اللجنة القومية في المؤتمرات المحلية والإقليمية والدولية في أوربا وأمريكا ونيوزيلندا وكندا للتعرف علي النظم العالمية وعرض النظام المصري لضمان الجودة والاعتماد.
- الاشتراك في الشبكة الدولية لضمان الجودة بالتعليم العالي INQAAHE.

جـ- إنشاء مراكز ضمان الجودة والاعتماد بالجامعات الحكومية:

- إنشاء ١٧ مركزاً لضمان الجودة بالجامعات المصرية الحكومية وتم إدراج بعضها في الهيكل الإداري والمالي للجامعة وجاري استكمال إدراج باقي المراكز، وتم ضم معظم مديري المراكز أعضاء في مجلس الجامعة.

- دعم المركز لوحدات ضمان الجودة بالكليات للقيام بعمل التقارير السنوية الخاصة بها. كما يقوم المركز بالمساهمة في إعداد الكليات الجامعية وتقديم الدعم الفني المطلوب لها للحصول علي الاعتماد واستمرار التحسين لبرامجها التعليمية.
- تدريب جميع العاملين ومديري المراكز علي مفاهيم ومعايير ضمان الجودة.

د- وضع خطط استراتيجية لضمان الجودة بالجامعات الحكومية:

* الانتهاء من إعداد الخطط الإستراتيجية لعدد ١٤ جامعة مصرية حكومية موضحاً بها الوضع الحالي في مجال جودة التعليم وتحديد نقاط القوة والنقاط التي تحتاج إلي تحسين.

*الاستعانة بالخبراء العاملين في تقييم الخطط الإستراتيجية وعمل تقرير خاص لكل جامعة.

* قيام كل جامعة بوضع خطط تنفيذية وأولويات تهدف إلي دعم الكليات الخاصة بها مؤسسياً للتأهيل للتقدم للاعتماد من قبل الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد، وفقاً لخطة زمنية واضحة الأولويات وقابلة للتطبيق.

هـ- وضع المعايير الأكاديمية المرجعية للبرامج التعليمية المختلفة:

- إعداد المعايير الأكاديمية المرجعية للبرامج التعليمية لعدد ١٠ قطاعات في ضوء المعايير الدولية ومتطلبات سوق العمل والتنافسية والاحتياجات القومية لخريج التعليم العالي هي:
- مراجعة البرامج التعليمية الحالية بواسطة لجان القطاع المعنية ودراسة إمكانية تطبيق المعايير الأكاديمية المرجعية للبرامج التعليمية على أن تلتزم بها الكليات التابعة لكل قطاع.

و- إنشاء نظام داخلي للجودة بكليات الجامعات الحكومية:

- تم طرح مشروعات تنافسية لجميع كليات الجامعات الحكومية للتقدم للحصول علي تمويل لإنشاء نظام داخلي للجودة وحصل عدد ١٥٠ كلية علي هذه المشروعات من خلال ٣ دورات مختلفة عقدت خلال فترة المشروع. كما حصلت ١٥ كلية تربية علي مشروع إنشاء نظام داخلي للجودة من خلال مشروع تطوير كليات التربية.
- قامت اللجنة القومية من خلال فريق الدعم والمتابعة بمتابعة جميع المشروعات (١٥٠مشروع + ١٥ مشروع تربية) دورياً وتقديم تقارير عن مدي تقدمها في إنشاء نظام داخلي للجودة بها والمشكلات التي قابلتها ومقترحات للحلول حتي تتمكن هذه

المشروعات من إعداد الوثائق المطلوبة لعمل الزيارات الميدانية بها وتم إرسال جميع تقارير المتابعة للعمداء ورؤساء الجامعات.

- تمكنت ١٥٠ كلية من إنشاء نظام داخلي للجودة وإعداد الوثائق المطلوبة والتي تتضمن التقرير السنوي الأول.
- قامت اللجنة بوضع الإطار العام التقييمي لنظم الجودة الداخلية بالكليات والذي يحتوي علي النقاط التالية:

– المعايير الأكاديمية للبرنامج وتشمل: النتائج التعليمية المستهدفة والمناهج وتقويم الطلبة وإنجازاتهم.
– جودة فرص التعلم وتشمل: التعليم والتعلم– الدعم الطلابي ومصادر التعلم.
– البحث العلمي والأنشطة البحثية.
– خدمة البيئة والمجتمع.
– إدارة الجودة والتعزيز.

- إجراء ١٢٠ زيارة ميدانية في ١٦ جامعة حكومية في مرحلة التطوير بالمشاركة بواسطة عدد من النظراء المراجعين لإعطاء فرصة للمؤسسات التعليمية لاختبار وتطوير وتحسين العمليات الداخلية للجودة والحصول علي تقرير مفصل لكل كلية يحتوي علي نقاط القوة بها والمجالات التي تتطلب مزيداً من التحسين لأخذها في الاعتبار في خطط التحسين المستقبلية من أجل الوصول بهذه الكليات للاعتماد من قبل الهيئة القومية.
- قامت لجنة المتابعة بعمل زيارات للكليات التي مر علي زيارتها عام دراسي كامل من تاريخ الزيارات السابقة.

وهكذا اهتمت مشروعات المرحلة الأولي من الخطة الاستراتيجية لتطوير التعليم العالي بتطوير البرامج التعليمية بالكثير من كليات الجامعات المصرية الحكومية، وتطوير العديد من الجوانب التي تمثل البنية الأساسية لها.

ومع انتهاء المرحلة الأولي للخطة الاستراتيجية، بدأ تنفيذ المرحلة الثانية للتطوير، من خلال برنامج التطوير المستمر والتأهيل للاعتماد، الذي ضم ثمانية مشروعات نتناوله ونتناولها فيما يلي:

برنامج التطوير المستمر والتأهيل للاعتماد بالتعليم العالي PCIQA:

الهدف الاستراتيجي للبرنامج: الوصول إلي قدرة مؤسسية ذاتية الحركة لتطوير مستمر، يحقق جودة أكاديمية ومؤسسية مقننة، تضمن قدرة تنافسية عالية وتؤهل للاعتماد.

الأهداف الرئيسية للبرنامج : وتتلخص فيما يلي:

- تحقيق فاعلية واستمرارية مشروعات ضمان الجودة التي بدأت في المرحلة الأولي.
- استكمال تطبق نظم الجودة الداخلية في جميع مؤسسات التعليم العالي الحكومية.
- تبني منظومة المعايير الأكاديمية للبرامج في الكليات/ القطاعات ودعم تطبيقها.
- تأهيل الكليات للتقدم للاعتماد في إطار مفهوم التطوير المستمر.
- رفع كفاءة والحصول علي اعتماد دولي لعدد من المعامل والمراكز البحثية.
- رفع القدرات المؤسسية للكليات في بعض القطاعات ذات الأولوية مثل كليات العلوم.
- تطوير متكامل لبرامج أكاديمية تعليمية في المجالات ذات الأولية.
- تطوير نظم تقويم الطالب ورفع الكفاءة التعليمية في بعض مؤسسات التعليم العالي.

المردود والتأثير المتوقع من تحقيق الأهداف الرئيسية:

- خلق بيئة تنافسية لدعم التطوير المستمر في الكليات الجامعية وأقسامها.
- تشجيع الاتجاه اللامركزى للتطوير الذاتي والتنمية المستدامة في إطار معايير جودة مقننة.
- الارتقاء بقدرات الكليات الجامعية والمجتمع الأكاديمي بها لاستيعاب التخصصات العلمية الحديثة والمجالات البيئية والإبتكارية.
- ترسيخ ثقافة الجودة في التطوير الأكاديمي وتبني مفاهيم الجودة الشاملة واعتبارها مكوناً رئيسياً في رسم الخطط الإستراتيجية.
- تقوية الروابط والتفاعل بين مؤسسات التعليم العالي والمجتمع والصناعة وسوق العمل.
- تعظيم الاستفادة من مصادر المعلومات والمعامل والبنية التحتية المتاحة ودعمها.
- استخدام التقنيات الحديثة في التعليم والتعلم وإنتاج المواد العلمية.
- رفع جودة الخريجين وقدراتهم التنافسية علي المستوى القومي والإقليمي والدولي.

- الارتقاء بجودة البحث العلمي وقدرته علي تلبية احتياجات المجتمع ومشاركته في تطوير الصناعة والبيئة المحيطة.
- تأهيل عدد من (٦٠-٨٠) الكليات الجامعية للتقدم والحصول علي الاعتماد من قبل الهيئة القومية للاعتماد وضمان جودة التعليم.
- تطوير (١٠٠ - ١٢٠) برنامجاً أكاديمياً للاعتماد بمؤسسات التعليم العالي.
- تطوير نظم تقويم الطلاب والامتحانات بعدد (٤٠- ٦٠) مؤسسة من مؤسسات التعليم العالي.

مقومات تنفيذ البرنامج:

يمثل البرنامج مجموعة من المشروعات التي تتسم بالفاعلية والشفافية لتمويل ودعم وتحفيز الكليات الجامعية، لتصل إلي مستوي عالي من الجودة والملاءمة والكفاءة، المؤهلة للاعتماد.

الأنشطة التنفيذية للمشروعات في الكليات/ الجامعات/ القطاعات:

- متابعة استمرارية نظم ضمان الجودة الداخلي بالكليات للمرحلة الأولي والتي تليها.
- استكمال تنفيذ نظم الجودة الداخلي في باقي الكليات الجامعية.
- تبني منظومة المعايير الأكاديمية للبرامج في الكليات/ القطاعات ودعم تطبيقها.
- مشروعات التطوير المستمر وتأهيل الكليات للتقدم للاعتماد.
- تقييم البرامج الأكاديمية الجديدة وضمان جاهزيتها للاعتماد.
- مشروعات رفع القدرات المؤسسية والبنية الأكاديمية والبحثية للكليات الجامعية.
- مشروعات اعتماد المعامل والمراكز العلمية في الكليات والجامعات.
- مشروعات رفع القدرات المؤسسية لكليات للقطاعات ذات الأولوية.
- مشروعات تطوير البرامج الأكاديمية – تطوير متكامل – استحداث.
- مشروعات تطوير نظم تقويم الطالب ورفع الكفاءة التعليمية.
- مشروعات دعم البنية التحتية المرتبطة بالتطوير علي مستوي الجماعة.

ويبين الجدول الآتي المخرجات والعوائد المستهدفة لمشروعات ضمان الجودة والاعتماد في الجامعات المصرية من عام ٢٠٠٢ إلي عام ٢٠١٠.

جدول رقم (١)

المخرجات/ العوائد المستهدفة لمشروعات ضمان الجودة والاعتماد :

(المرحلتين الأولي/ الثانية للفترة الزمنية ٢٠٠٢ – ٢٠١٢):

المخرجات / العوائد	المرحلة الأولى (٢٠٠٢–٢٠٠٧)	المرحلة الثانية (٢٠٠٧–٢٠١٢)
نشر ثقافة الجودة في المجتمع الأكاديمي	٥٨٠٠ عضو هيئة تدريس	كافة أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة بالجامعات الحكومية.
مراكز ضمان الجودة بالجامعات الحكومية.	تم إنشاء ١٧ مركز بكل الجامعات الحكومية.	دعم المراكز التي تم إنشاؤها بالمرحلة الأولي.
نظم الجودة الداخلية بالكليات الجامعية	١٧٣ مؤسسة حكومية ١٥٠ من خلال مشروع ضمان الجودة والاعتماد بالمرحلة الأولي (QAAP)، ٨ كليات تعاقدت مع صندوق مشروع تطوير التعليم العالي (HEEPF) و ١٥ كلية تعاقدت مع مشروع تحسين كليات التربية (FOEP).	– إنشاء نظام داخلي للجودة في ١٣١ كلية ومعهد بحثي لم تحصل بعد علي مشروع ولم تبدأ في إنشاء النام من خلال دورتين. – متابعة أداء ١٧٣ مؤسسة حكومية تم إنشاء نظم داخلية بها لضمان الجودة خلال المرحلة الأولي.
التطوير بالمشاركة مع مؤسسات التعليم العالي.	تنفيذ عدد ١٢٠ زيارة للتطوير بالمشاركة.	تنفيذ عدد ٥٣ زيارة للتطوير بالمشاركة.
خطط إستراتيجية لضمان الجودة بالجامعات الحكومية.	تمويل ١٤ جامعة حكومية لوضع الخطة الإستراتيجية لضمان الجودة.	تحديث الخطط الاستراتيجية للجامعات والدعم الفني لباقي الجامعات علي إعداد خطة استراتيجية شاملة ومتكاملة.
معايير قومية أكاديمية مرجعية ووسائل للقياس تتوافق مع المعايير العالمية.	وضع معايير لعدد ١٠ قطاعات لمرحلة البكالوريوس.	الدعم الفني لتطبيق منظومة المعايير الأكاديمية لمرحلتي البكالوريوس والدراسات العليا.
تأهيل الكليات للتقدم للاعتماد	ــــــــــ	تأهيل عدد (٦٠–٨٠) من الكليات الجامعية للتقدم والحصول علي الاعتماد من قبل الهيئة القومية. لضمان جودة التعليم والاعتماد.
اعتماد المعامل بمؤسسات التعليم العالي	ــــــــــ	اعتماد عدد ٨٠–١٠٠ معمل.
تطوير البرامج الأكاديمية للاعتماد	ــــــــــ	تطوير ١٠٠–١٢٠ برنامجاً أكاديمياً من خلال تنفيذ ٤ دورات.
تطوير نظم تقويم الطلاب والامتحانات	ــــــــــ	تطوير عدد ٤٠–٦٠ كلية.
تطوير كليات العلوم الأساسية	ــــــــــ	اعتماد عدد ١٠–١٢ كلية علوم
رفع القدرات المؤسسية لكليات التمريض	ــــــــــ	٨ كليات تمريض
دعم البنية التحتية المرتبطة بالتطوير علي مستوي الجامعة	ــــــــــ	دعم البنية التحتية لعدد ٩ جامعات حكومية.

ونعرض فيما يلي لأهداف المشروعات الفرعية التي تنضوي تحت برنامج التطوير المستمر والتأهيل للاعتماد، علي النحو الوارد في وثيقة المشروع:

١- مشروع متابعة استمرارية نظم ضمان الجودة الداخلي بالكليات للمرحلة الأولي QAAP1:

الهدف الإستراتيجي

تحقيق فاعلية واستمرارية مشروعات ضمان الجودة التي بدأت في المرحلة الأولي لعدد ١٦٧ كلية، واستكمال تطبيق نظم الجودة الداخلية في جميع كليات الجامعات ومؤسسات التعليم العالي الحكومية.

الأهداف المحددة:

- ضمان استمرارية تطبيق نظم الجودة الداخلية في المشروعات التي تم تمويلها.
- متابعة إصدار تقارير الأداء السنوية للكليات (DE) وإعداد تقارير المراجعين النظراء.
- دعم مراكز ضمان الجودة والاعتماد بالجامعات المصرية.
- أهمية القيادة والحوكمة في منظومة جودة التعليم.

ويهتم المشروع بتطوير وتحسين البرامج التعليمية في ضوء المستويات المعيارية الأكاديمية NARS.

٢- مشروع استكمال تنفيذ نظم الجودة الداخلية في باقي الكليات الجامعية QAAP2:

الهدف الإستراتيجي:

يهدف مشروع استكمال تنفيذ نظم الجودة الداخلي في باقي الكليات الجامعية في دورته الرابعة والخامسة للوصول إلي قدرة مؤسسية تنافسية تؤهلها من التطوير المستمر في إطار معايير جودة مقننة.

الأهداف المحددة:

- خلق بيئة تنافسية لدعم التطوير المستمر في إطار معايير الجودة.
- نشر ثقافة الجودة في التطوير الأكاديمي والبحثي وتبني مفاهيم الجودة الشاملة.

- رفع كفاءة القدرة المؤسسية لدعم التطير الذاتي والتنمية المستدامة في إطار معـــايير مقننه.
- دعم الكليات والمعاهد لتحقيق رسالتها وأهدافها الإستراتيجية.

ويهتم المشروع بتعزيز قدرات أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة في مجـــالات التعلـــيم والتعلم، وإعداد البرامج الدراسية وتوصيف وتقرير البرامج والمقـــررات الدراســـية وتقـــويم البرامج والمقررات الدراسية.

٣- مشروع التطوير المستمر والتأهيل للاعتماد CIQAP:

الهدف الإستراتيجي:

الوصول إلي قدرة مؤسسية ذاتية الحركة لتطوير مستمر علي مستوي جودة عاليـــة يضـــمن دوماً التأهل للاعتماد.

الأهداف المحددة:

- خلق بيئة تنافسية لدعم التطوير المستمر في الكليات الجامعية وأقسامها العلمية.
- تشجيع الاتجاه اللامركزي للتطوير الذاتي والتنمية المستدامة في إطار معايير جودة مقننة.
- الارتقاء بقدرات الكليات الجامعية والمجتمع الأكاديمي بها لاستيعاب التخصصـــات العلمية الحديثة والمجالات البيئية والابتكارية، وتطوير برامجها التعليمية.
- ترسيخ ثقافة الجودة في التطوير الأكاديمي وتبني مفاهيم الجودة الشاملة واعتبارهـــا مكوناً رئيسياً في رسم الخطط الإستراتيجية للمؤسسات التعليمية.
- تقوية الروابط والتفاعل بين مؤسسات التعليم العالي والمجتمع والصـــناعة وســـوق العمل.
- تعظيم الاستفادة من نظم ومصادر المعلومات والمعامل والبنيـــة التحتيـــة المتاحـــة ودعمها .
- استخدام التقنيات الحديثة في التعليم والتعلم وإنتاج المواد العلمية والتعليمية.
- ضمان جودة الخريجين ورفع قدراتهم التنافسية علي المستوي القـــومي والإقليمـــي والدولي.

- ضمان جودة البحث العلمي وقدرته علي تلبية احتياجات المجتمع ومشاركته في تطوير الصناعة والبيئة المحيطة.
- تأهيل عدد من الكليات الجامعية للتقدم والحصول علي الاعتماد من قبل الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد.

٤- مشروع تطوير البرامج الأكاديمية للاعتماد DAAP

الهدف الإستراتيجي:

دعم منظومة التعليم العالي عن طريق حفز مؤسساتها لتطوير برامج أكاديمية متكاملة بمعايير اعتماد قومية تتفق مع المعايير الدولية كنموذج فاعل يتم تبنيه داخلياً لتكراره لباقي البرامج الأكاديمية في عملية التطوير المستمر والتأهيل للاعتماد.

الأهداف المحددة:

- تطوير البرامج القائمة بمعايير أكاديمية محددة متوافقة مع متطلبات الجودة والاعتماد.
- تطوير منظومة التعليم العالي إلي أساليب حديثة تتوافق مع نظم وطرائق تعلم حديثة.
- تحقيق كفاءة مقننة للمنظومة العملية والتطبيقية والمجتمعية للمحتوى العلمي.
- رفع القدرات البحثية من خلال ربط البرامج الأكاديمية المحدثة بالبرامج الأخرى والتخصصات المشتركة في منظومة واحدة تحقق جودة الأداء.

٥- مشروع اعتماد المعامل بمؤسسات التعليم العالي HLCP:

الهدف الإستراتيجي:

دعم مؤسسات التعليم العالي لاعتماد المعامل في المجالات التطبيقية من جهات دولية كأحد مكونات التأهيل للتقدم للاعتماد الأكاديمي والمؤسسي، ورفع مستوي أدائها طبقاً للمعايير الدولية في إطار عملية التطوير المستمر، وتفعيل مفهوم ربط محار مثلث المعرفة (التعليم العالي – البحث – الابتكار)، (من خلال مشاركة فاعلة مع المؤسسات الإنتاجية والخدمية وكنموذج يتم تبنيه لتكراره داخل مؤسسات التعليم العالي.

الأهداف المحددة:

- نشر ثقافة جودة المعامل في المجالات التطبيقية كأحد مكونات التأهيل للتقدم للاعتماد الأكاديمي والمؤسسي ولرفع مستوي أدائها طبقاً للمعايير الدولية في إطار عملية التطوير المستمر في إطار تنافسي.
- رفع القدرات المؤسسية وتقوية البنية الأساسية للعملية التعليمية عن طريق اعتماد المعامل.
- تطوير نظام إدارة المعامل ورفع قدرات الكوادر الفنية والوصول إلي آليات مستدامة للتمويل الذاتي.
- تقوية وتفعيل العلاقة بين المؤسسة التعليمية والمجتمع الإنتاجي والخدمي.
- تفعيل مفهوم ربط محاور مثلث المعرفة (التعليم العالي – البحث – الابتكار) والتميز داخل مؤسسات التعليم العالي.

٦- مشروع تطوير نظم تقويم الطلاب والامتحانات DSASP:

الهدف الإستراتيجي

تطوير نظم التقويم والامتحانات للطلاب في مؤسسات التعليم العالي لتحقيق المخرجات التعليمية المستهدفة للبرامج الأكاديمية بما يتوافق مع المعايير الأكاديمية كأحد متطلبات الجودة والاعتماد.

الأهداف المحددة:

- نشر ثقافة تطوير التقويم والامتحانات كمدخل لاصلاح وتحسين المنظومة التعليمية وضمان جودتها.
- صياغة معايير ومواصفات تقييم الطلاب في البراج الأكاديمية المختلفة وإعداد الأدلة اللازمة لذلك استناداً إلي المعايير الأكاديمية القياسية المتبناه.
- دعم المؤسسات التعليمية لإنشاء البنية التحتية لإتباع آليات متطورة لإدارة نظم التقويم داخل المؤسسات التعليمية لضمان السرعة والدقة والشفافية لإدراج عمليات التقويم القبلي (لمعرفة البنية المعرفية للطالب قبل الالتحاق بدراسة أي برنامج)

والتقويم المستمر أثناء تطبيق البرنامج والتقويم النهائي عند نهاية تطبيق البرنامج لضبط مسار العملية التعليمية منذ بدايتها وحتي نهايتها.

- تكوين بنوك أسئلة في التخصصات المختلفة في ضوء الأهداف والمعايير الموضوعة لكل تخصص وإدراجها ضمن قواعد بيانات بالمؤسسات التعليمية وكذلك إثراء هذه البنوك من أن إلى أخر.
- تشجيع الجامعات وطلاب السنوات النهائية علي المشاركة في امتحانات الإنجاز للجامعات الدولية أو ما يماثلها كأحد ضمانات جودة المخرجات التعليمية وقدرتها علي المنافسة الدولية (University Achievement Exams UAE).
- تبني نظم تقييم واختبارات الكترونية في التخصصات المختلفة داخل المؤسسة التعليمية بحيث تعكس هوية المؤسسات التعليمية في ضوء رسالتها المعتمدة وقدرات الطلاب الملتحقين بهذه التخصصات.

٧- مشروع تطوير كليات العلوم الأساسية DFBSP:

الهدف الإستراتيجي:

الوصول إلي قدرة مؤسسية ذاتية وديناميكية لكليات العلوم لتطوير مستمر لمعايير الجودة والوفاء بمتطلبات الاعتماد الأكاديمي.

الأهداف المحددة:

- تشجيع الاتجاه اللامركزي للتطوير الذاتي والتنمية المستدامة لكليات العلوم وأقسامها العلمية المختلفة في إطار معايير الجودة والاعتماد من خلال بيئة تنافسية.
- الارتقاء بقدرات كليات العلوم وأقسامها العلمية لاستيعاب التخصصات العلمية الحديثة والمجالات البينية والإبتكارية.
- تقوية الروابط والتفاعل بين كليات العلوم والمجتمع والصناعة وسوق العمل.
- تعظيم الاستفادة من نظم ومصادر المعلومات والمعامل والبنية التحتية المتاحة ودعمها.
- تحسين جودة كليات العلوم وبرامجها الأكاديمية لتتفق مع المعايير القومية والدولية تأهيلها، وللتقدم والحصول علي الاعتماد من الهيئة القومية.

- ضمان جودة خريجي كليات العلوم ورفع قدراتهم التنافسية علي المستوي القـومي والإقليمي والدولي.
- ضمان جودة البحث العلمي بكليات العلوم وزيادة قدرته علي تلبية احتياجات المجتمع ومشاركته في تطوير الصناعة والبيئة والمجتمع المحيط.
- بناء وتحسين القدرات في استخدام التقنيات الحديثة في التعليم والتعلم وإنتاج المـواد العلمية والمقررات الإلكترونية.

٨- مشروع متابعة وتقييم البرامج الجديدة MENPP:

الهدف الإستراتيجيى:

متابعة وتقييم الأداء للبرامج الدراسية الجديدة التي تعتمد على أحدث النظم التعليميـة وذلـك بهدف نشر ثقافة التعليم القائم علي التميز، والأخذ بالنظم الجديدة في التعليم والتقيـيم لإعـداد خريج متميز قادر علي المنافسة في سوق العمل، علي أن يساهم الطالب في هـذه البـرامج بجزء من تكاليف هذا النوع الخاص من التعليم. وتشمل هذه البرامج جميع البرامج الجديـدة التي تعمل بنظام الساعات المعتمدة وبرامج التعليم باللغة الإنجليزية أو الفرنسية، أو البـرامج المشتركة مع مؤسسات تعليمية أجنبية، أو البرامج التي يلتحق بها الطـلاب الوافـدون مثـل الطلاب الماليزيين الملتحقين بكليات الطب.

الأهداف الرئيسية:

- وضع قواعد وضوابط إنشاء واستمرار البرامج الجديدة بما يتمشي مع تطبيق معايير الجودة الشاملة.
- دراسة واقتراح معايير تقييم الأداء الجماعي علي مستوي البرنامج وتأثيرهـا علـي العملية التعليمية في الكلية، في كافة نواحي الأداء، أو فيما يتعلق بالمنتج النهائي من هذه البرامج الجديدة ومدى مناسبته لسوق العمل.
- تقييم أداء هذه البرامج أثناء التنفيذ للتأكد من تطبيق معايير الجـودة الشـاملة وفقـاً للمعايير العالمية، ولاسيما وأن بعض هذه البرامج استطاعت أن تجذب عدداً كبيـراً من الوافدين.

- متابعة البرامج الحالية للتأكد من تطبيق معايير الجودة الشاملة في كل نواحي العملية التعليمية في هذه البرامج، بما في ذلك الاهتمام بإكساب الطلاب المهارات الخاصة وثقافة التعلم الذاتي.
- التحقق من نظم وفعاليات متابعة الخريج بعد انتهاء البرنامج وتقييم المخرجات من المستفيد النهائي؛ ومدي قدرة البرنامج الذاتية علي التطوير بما يتواكب مع متطلبات سوق العمل.
- إعداد قواعد البيانات الضرورية للمساعدة في دراسة الأثر والمردود لهذه البرامج علي منظومة التعليم في الكلية والجامعة التي تقدم هذه البرامج.

وما تزال هذه المشروعات كلها في طور التنفيذ، ويتوقع أن يظهر أثرها بعد الانتهاء منها، وبخاصة للكليات التي يتم تأهلها للاعتماد، والتي يصل عددها مع نهاية المرحلة الثانية عام ٢٠١٢ من ٦٠- ٨٠ كلية، من إجمالي أكثر من ٣٠٠ كلية جامعية حكومية، فضلاً عن جامعة الأزهر التي تضم أكثر من ستين كلية.

هذا فضلاً عن المشروعات الأخرى التي تركز علي تطوير البرامج الدراسية بالجامعات وتأهيلها للاعتماد.

وإذا كانت مشروعات المرحلة الثانية قد تضمنت مشروعاً عن تطوير كليات العلوم الأساسية، فإن هذا يرجع إلي دور هذه الكليات في إعداد العلميين من ناحية، ومسئولياتها في إعداد طلاب كليات التربية الثانوي.

ويلاحظ أنه لا يوجد مشروع لتطوير كليات الآداب ومشروع آخر لتطوير كليات التجارة، ومشروع ثالث لكليات الحقوق ، علماً بأن كليات الآداب تضم أقساماً علمية متنوعة، تصل في معظمها إلي ١٥ قسماً للغات والعلوم الاجتماعية والإنسانية.

أما عن كليات الحقوق وكليات التجارة، فإنها كليات الأعداد الكبيرة، التي تستوعب نسبة تصل إلي أكثر من ٣٠% من طلاب الجامعات، ويكفي أن نذكر أن عدد طلاب جامعة عين شمس يبلغ حوالي ١٨٠ ألف طالب، منهم حوالي ٦٥ ألف طالب في كلية التجارة وحدها. وهذا يبين أن طريق التطوير ما يزال طويلاً.

٢- الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد:

أنشئت الهيئة بمقتضي القانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٦، كهيئة عامة تتمتع بالاستقلالية وتكون لها الشخصية الاعتبارية العامة وتتبع رئيس مجلس الوزراء، والهيئة بناء على ذلك هيئة حكومية تتبع رئيس مجلس الوزراء، الذي يرأس أيضا وزيري التعليم العالي والتربية والتعليم، أي يتبعه مقدم الخدمة ومتابعها ومقومها.

ونص القانون علي أن تقوم الهيئة بقياس جودة وفاعلية هياكل ونظم وبرامج المؤسسات التعليمية.

وقد نصت المادة الثالثة علي أن الهيئة تهدف إلي ضمان جودة التعليم وتطويره المستمر من خلال عدة إجراءات، منها التقويم الشامل للمؤسسات التعليمية طبقا للمعايير القياسية لكل مرحلة تعليمية ولكل نوع من المؤسسات التعليمية. ونصت المادة الرابعة أيضاً علي قيام الهيئة، بوضع آليات نشر الوعي بثقافة الجودة والتطوير المستمر، وتقويم البرامج والأداء في المؤسسات التعليمية، من حيث البني الأساسية والأنشطة الطلابية، والمجتمعية والمناخ التربوي وثقافة التعليم والتعلم والبحث العلمي.

وجاءت اللائحة التنفيذية للقانون، الصادرة بقرار رئيس الجمهورية رقم ٢٥ لسنة ٢٠٠٧ لتنص علي أن تتضمن المعايير القياسية المنصوص عليها في القانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٦ بإنشاء الهيئة معايير الجودة والاعتماد للمؤسسة التعليمية ومعايير الجودة والاعتماد للبرامج التعليمية.

ونصت اللائحة التنفيذية أيضاً في المادة (١) أنه علي المؤسسة التعليمية (الجامعة أو الكلية أو المدرسة) أن تحدد لنفسها مستوي معيناً من المعايير المؤسسة والأكاديمية بما يتفق ورسالتها المعلنة، وتتولي الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد اعتماد هذه المعايير بشرط ألا يقل مستواها عن المعايير القياسية المنصوص عليها في المادة (١) المشار إليها.

كما نصت اللائحة التنفيذية (المادة ٢٥)، علي أن تتولي الإدارات التي تضمها الهيئة والمنصوص عليها في المادة (١٩) من القانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٦ مباشرة اختصاصاتها. وكان من بين أهم هذه الاختصاصات، اختصاصات إدارة التطوير والمتابعة، من حيث:

أ- اقتراح السياسات والاستراتيجيات الخاصة بضمان جودة التعليم، واقتراح الخطة السنوية والخطط التنفيذية لتحقيق الخطة الاستراتيجية للهيئة.

ب- تنظيم مؤتمرات محلية لشرح الدروس المستفادة من عمليات التقييم والمتابعة، يحضرها المعنيون بالمؤسسات التعليمية بهدف تحسين وتطوير الأداء للارتقاء بالجودة ونصت المادة المذكورة علي أن تختص إدارة المواصفات وتحديد معايير الجودة، تحديد معايير الجودة للمؤسسات التعليمية بما لايقل عن المعايير القياسية، وتحديد مقاييس لمؤشرات الجودة والاعتماد.

وقد أصدرت الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد وثائق معايير التقويم الذاتي والممارسات التطبيقية، تضمنت محورين رئيسيين، هما محور القدرة المؤسسية، ومحور الفاعلية التعليمية.

وإذا كان المحور الثاني عن الفاعلية التعليمية، يتناول الطلاب والخريجين والمعايير الأكاديمية والبرامج والمقررات الدراسية والتعليم والتعلم وأعضاء هيئة التدريس والبحث العلمي والأنشطة العلمية والدراسات العليا والتقويم المستمر للفاعلية التعليمية، فإن المحور الأول عن القدرة المؤسسية يتناول أموراً أساسية تدعم الفاعلية كالتخطيط الاستراتيجي والقيادة والحوكمة والمصداقية والإدارة والموارد المالية والمشاركة المجتمعية والتقويم المؤسسي وإدارة الجودة، وهو ما سيتضح من تناول المحورين بتفصيل.

أ - المحور الأول: القدرة المؤسسية:

وتتمثل معايير هذا المحور ومؤشراتها فيما يأتي:

١- الخطة الاستراتيجية للمؤسسة والسياسات والأنشطة الداعمة.

٢- ارتباط الخطة الاستراتيجية بإستراتيجية الجامعة.

٣- السمات المميزة للمؤسسة وخصائصها ودورها في المجتمع.

٤- وضع المؤسسة الإستراتيجي.

المعيار الأول: الهيكل التنظيمي:

يكون للمؤسسة التعليمية هيكل تنظيمي رسمي ملائم لحجم ونوع أنشطتها ويضمن تحقيق رسالتها وغاياتها وأهدافها. وحددت مؤشرات هذا المعيار في:

١- هيكل تنظيمي ملائم ومعتمد.
٢- السلطات والمسئوليات والاختصاصات والأدوار.
٣- إدارة الأزمات والكوارث.
٤- وحدة إدارة الجودة.
٥- التوصيف الوظيفي.

المعيار الثانى: القيادة والحوكمه:

يكون للمؤسسة قيادة واعية تتبنى فكر التطوير والسعي إلي التمييز، وقادرة علي وضع السياسات اللازمة واتخاذ القرارات في إطار زمني ملائم يضمن كفاءة وفاعلية أداء المؤسسة، وتحددت مؤشرات هذا المعيار في:

١- اختيار القيادات الأكاديمية.
٢- نمط القيادة.
٣- مساهمة المجالس الرسمية في مناقشة واتخاذ القرارات المتعلقة بالتعليم والتعلم.
٤- خطط تدريب لتنمية المهارات الإدارية للقيادات الأكاديمية.
٥- نظم المعلومات والتوثيق الرسمية.
٦- دعم القيادات الأكاديمية لإدارة نظم الجودة الداخلية للمؤسسة.
٧- دور القيادات الأكاديمية في تنمية الموارد الذاتية للمؤسسة.
٨- التقويم المستمر لكفاءة إدارة المؤسسة.

المعيار الثالث: المصداقية والأخلاقيات:

تلتزم المؤسسة التعليمية بالمصداقية والنزاهة في جميع سياساتها وقراراتها وتعاملاتها داخل وخارج المؤسسة، وتحرص علي تطبيق الممارسات العادلة، وعدم التمييز، وتعمل علي حماية الحريات الأكاديمية، وحقوق الملكية الفكرية، والنشر، وتراقب المؤسسة تطبيق الأخلاقيات المهنية بين أفرادها. وقد حددت مؤشرات هذا المعيار في:

١- التزام المؤسسة بحقوق الملكية الفكرية والنشر.
٢- الممارسات العادلة وعدم التمييز.

٣- مدي الالتزام بالأخلاقيات المهنية للمؤسسة التعليمية.

٤- المعلومات المتاحة عن المؤسسة.

المعيار الرابع: الجهاز الإداري:

تمتلك المؤسسة التعليمية جهازاً إدارياً مؤهلا وكفؤاً علي كافة مستوياته لتحقيق الأداء المخطط بكفاءة بالنسبة لجميع أنشطة المؤسسة مما يكفل تحقيق رسالتها وغاياتها وأهدافها. وتتحدد مؤشرات هذا المعيار في:

١- معيار اختيار وتعيين وترقية القيادات الإدارية.

٢- برامج التدريب المستمر للعاملين.

٣- كفاءة الإدارة في الاستفادة من الموارد البشرية المتاحة.

٤- ظروف العمل وفقا للمتطلبات الوظيفية.

٥- نظم تقييم أداء القيادات الإدارية والعاملين.

٦- ربط الحوافز/ المكافآت بمستويات الأداء.

٧- مستوي رضاء القيادات الإدارية والعاملين.

المعيار الخامس: الموارد المالية والمادية:

تمتلك المؤسسة التعليمية الموارد المالية والمادية الكافية التي تمكنها من ممارسة أنشطتها ومهامها المختلفة لتحقيق رسالتها وأهدافها الاستراتيجية وتحرص علي حسن استخدام هذه الموارد بكفاءة عالية. وقد حددت مؤشرات هذا المعيار في:

١- كفاية الموارد المالية السنوية لتحقيق الرسالة والغايات والأهداف الإستراتيجية.

٢- المباني وطبيعة نشاط المؤسسة.

٣- أماكن وتسهيلات ممارسة الأنشطة الطلابية.

٤- الأجهزة والمعدات والمعامل.

٥- الحاسبات الآلية.

٦- وسائل الاتصالات الحديثة وتكنولوجيا المعلومات.

٧- مستوي استخدام الموارد.

المعيار السادس : المشاركة المجتمعية وتنمية البيئة:

تحرص المؤسسة التعليمية علي تلبية احتياجات المجتمع المحيط مــن خــلال مــا تمارسه من أنشطة أو تقدمه من خدمات، والحرص علي قياس رضائه عن تلك الخدمات. وتم تحديد مؤشرات هذا المعيار في:

١- خطة خدمة المجتمع وتنمية البيئة.
٢- الاعتبارات التنظيمية لأنشطة خدمة المجتمع وتنمية البيئة.
٣- تفاعل المؤسسة مع منظمات المجتمع.
٤- الممارسات الفعلية لتنمية وحماية البيئة.
٥- مساهمة الطلاب وأعضاء هيئة التدريس في برامج خدمة المجتمع.
٦- قياس وتقييم رضاء منظمات سوق العمل والمجتمع المــدني عــن أداء المؤسســة/ مستوي الخريج.

المعيار السابع: التقويم المؤسسي وإدارة الجودة:

تلتزم المؤسسة التعليمية بإجراء تقويم شامل ومستمر لقدراتها المؤسسية بهدف تحديد نقاط القوة لتعزيزها ونقاط الضعف لمعالجتها. وأن تستخدم نتائج التقويم في تطوير وتعزيــز نظمها الخاصة بإدارة الجودة. وحددت مؤشرات هذا المعيار في:

١- استمرارية التقويم الذاتي للأداء الكلي للمؤسسة.
٢- مراجعة ومناقشة مؤشرات التقويم الذاتي للأداء الكلي للمؤسسة.
٣- انعكاس نتائج التقويم الذاتي المستمر علي إدارة الجودة للمؤسسة.

ب- المحور الثاني: الفاعلية التعليمية:

وتتمثل معايير هذا المحور ومؤشراتها فيما يأتي:

المعيار الثامن: الطلاب والخريجون:

تحرص المؤسسة علي توفير فرص التعليم المتكافئة، وتقــديم الــدعم والإرشــاد، وتشجيع الأنشطة الطلابية، وأن تستمر علاقة المؤسسة بالطلاب بعد تخرجهم من خلال مكتب خدمات الخريجين. وقد حددت مؤشرات هذا المعيار فيما يأتي:

١- سياسات قبول وتحويل الطلاب.
٢- الدعم والإرشاد الطلابي.
٣- الأنشطة الطلابية.
٤- خدمات الخريجين.
٥- قياس رضاء الطلاب.

المعيار التاسع: المعايير الأكاديمية:

تكون البرامج التعليمية والمقررات الدراسية التي تقدمها المؤسسة التعليمية متفقة مع رسالتها وغاياتها التعليمية وأهدافها الإستراتيجية، وأن تقوم المؤسسة بتوصيف تلك البرامج والمقررات ومراجعتها دوريا؛ للتأكد من أنها تحقق المعايير الأكاديمية المتبناه.

وتمثل مؤشرات هذا المعيار فيما يأتى:
١- تصميم البرامج التعليمية.
٢- مستوي تقدم البرامج الدراسية.
٣- مراجعة وتحديث البرامج والمقررات الدراسية.

المعيار العاشر: البرامج والمقرارات الدراسية:

تكون البرامج التعليمية والمقررات الدراسية التي تقدمها المؤسسة التعليمية متفقة مع رسالتها وغايتها التعليمية وأهدافها الاستراتيجية، وأن تقوم المؤسسة بتوصيف تلك البرامج والمقررات ومراجعتها دوريا، للتأكد من أنها تحقق المعايير الأكاديمية المتبناه.

وتتمثل مؤشرات هذا المعيار فيما يأتي:
١- تصميم البرامج التعليمية.
٢- مستوي تقدم البرامج الدراسية.
٣- مراجعة وتحدث البرامج والمقرارات الدراسية.

المعيار الحادى عشر: التعليم والتعلم والتسهيلات الداعمة:

تعمل المؤسسة التعليمية علي توفير فرص التعليم للطلاب وتحرص علـــي ملاءمـــة الأساليب المستخدمة في ذلك لمخرجات التعلم المستهدفة، وتشجع أنماط التعلم غير التقليديـــة، وتهيئ فرص التعلم الذاتي. وعلي المؤسسة أن تتيح مصادر تعلم متنوعة وملائمة للبرنـــامج ولإعداد الطلاب. وتقوم بتقويم الطلاب بعدالة وموضوعية وباستخدامْ أساليب متنوعـــة. وقـــد حددت مؤشرات هذا المعيار فيما يأتي:

١- إستراتيجية التعليم والتعلم.

٢- الممارسات الفعلية للتعلم الذاتي.

٣- سياسة المؤسسة في التعامل مع مشاكل التعليم.

٤- برامج التدريب الميداني للطلاب.

٥- نظم تقويم الطلاب.

٦- الكتاب الدراسي الجامعي (إن وجد).

٧- المصادر المتاحة للتعليم والتعلم.

المعيار الثانى عشر: أعضاء هيئة التدريس:

يكونَ للمؤسسة التعليمية سياسات وقواعد معلنة لتعيينَ العدد الكافي في التخصصات المختلفة من أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم، وتضع معايير موضوعية لتقييم أدائهـــم، بمـــا يمكنها من الارتقاء بمستوي جودة العملية التعليمية والبحث العلمي وخدمـــة المجتمـــع وفقـــا لرسالتها وأهدافها الإستراتيجية. وأن تعمل أيضا علي تنمية قدرات أعضاء هيئـــة التـــدريس ومعاونيهم وضمان رضاهم الوظيفي. وقد حددت مؤشرات هذا المعيار فيما يأتي:

١- كفاية وكفاءة أعضاء هيئة التدريس لتحقيق المخرجات المستهدفة للتعليم.

٢- قواعد تعيين أعضاء هيئة التدريس / الهيئة المعاونة.

٣- تنمية قدرات أعضاء هيئة التدريس/ الهيئة المعاونة.

٤- تقييم أداء أعضاء هيئة التدريس.

٥- الرضا الوظيفي لأعضاء هيئة التدريس/ الهيئة المعاونة.

المعيار الثالث عشر: البحث العلمي والأنشطة العلمية:

تقوم المؤسسة بتوفير الظروف المواتية والموارد الكافية التي تمكن الباحثين من القيام بالنشاط البحثي والارتقاء بمستوي جودته. وأن تشجع التعاون بين التخصصات المختلفة في مجال البحوث من خلال خطة بحثية متكاملة مع الخطة البحثية للجامعة. وقد حددت مؤشرات هذا المعيار فيما يأتي:

١- خطة البحث العلمي.
٢- كفاءة العملية البحثية.
٣- مساهمة البحث العلمي في دعم وتعزيز العملية التعليمية.
٤- تمويل البحث العلمي.
٥- أنشطة علمية أخري.

المعيار الرابع عشر: الدراسات العليا:

تسعي المؤسسة التي تقدم برامج للدراسات العليا إلي تحسين جودة هذه البرامج من خلال توصيف هذه البرامج ومراجعتها دورياً والتحقق من أن مخرجات التعلم المستهدفة لأي برنامج ومقرراته تحقق بالفعل الأهداف المخطط له. وأن تعمل أيضا علي توفير مصادر التعلم المختلفة لطلاب الدراسات العليا، وتقر نظما موضوعية لتقويم طلاب الدراسات العليا. وتتمثل مؤشرات هذا المعيار فيما يأتي:

١- الدرجات الممنوحة.
٢- العملية التعليمية في الدراسات العليا.
٣- نظام التسجيل والإشراف الأكاديمي.
٤- تقويم طلاب الدراسات العليا.
٥- مستوي رضاء طلاب الدراسات العليا.

المعيار الخامس عشر: التقويم المستمر للفاعلية التعليمية:

تقوم المؤسسة بالتقويم الشامل والمستمر للفاعلية التعليمية، وتسعي بجدية إلي الاستفادة من نتائج هذا التقويم في وضع خطط تحسين وتعزيز الفاعلية التعليمية. وأن يكون

للمؤسسة نظام داخلى متكامل لإدارة جودة التعليم والتعلم. وقد حددت مؤشرات هذا المعيار في:

١- شمولية واستمرارية التقويم.
٢- النظام الداخلي لإدارة الجودة.
٣- المساءلة والمحاسبة.

وهكذا تعكس هذه المحاور النظرة النسقية للكلية الجامعية، من حيث تطوير كافة الأنساق الفرعية في إطار كلي.

وقد حظي الجانب التعليمي من برامج ومقررات وطرق تعليم وتعلم وتقويم بنصيب وافر من الاهتمام، بجانب تدعيم المدخلات الأساسية لنجاح التطوير من قوي بشرية وبنية أساسية وبحث علمي.

لكن الطريق ما تزال طويلة للوصول إلي برامج تعليمية ذات جودة في كافة التخصصات المقدمة بالجامعات، إذ لم تعتمد الهيئة حتى الآن أية جامعة من الجامعات، كما أن المشروعات المنفذة لم يتم تقويمها بعد.

ثمة عوامل مؤثرة في تطوير التعليم الجامعي بعامة، وبرامجه الأكاديمية بخاصة، يأتي في مقدمتها:

١- السياسات الداعمة لتطوير التعليم الجامعي، وأهمها ما تقرره لجان قطاعات التعليم الجامعي بالمجلس الأعلى للجامعات والحكومة.
٢- التمويل الخارجي الذي تتيحه المنظمات الدولية كتطوير التعليم العالي، بناء علي طلب الحكومة المصرية.
٣- الأشكال الجديد للخصخصة المتمثلة في:

- البرامج الجديدة التي تقدمها الجامعات الحكومية، وهي برامج ذات رسوم دراسية تدفع نظير تقديم برامج دراسية متميزة وخدمات تعليمية إضافية.
- الجامعات الخاصة، التي صدرت قرارات بإنشائها، وترتبط أكاديميا بجامعات أجنبية أوربية وأمريكية.

٤- إنشاء هيئة رسمية مستقلة عن وزارتي التعليم، هي الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد، قامت بوضع معايير لضمان جودة التعليم الجامعي شملت كافة المنظومات الفرعية، بما فيها البرامج التعليمية.

ثانياً: تطوير البرامج التعليمية بالجامعات في المملكة الأردنية الهاشمية:

مقدمة:

ظهرت المملكة الأردنية الهاشمية إلي الوجود كدولة بعد عام ١٩٢٠. إذ إنه حتى هذا العام لم تكن (شرق الأردن) سوي تعبير جغرافي يطلق علي البلاد الواقعة إلي الشرق من نهر الأردن، وكانت تابعة في إدارتها للحكومة العثمانية اسميا. وقد أقر مؤتمر سان ريمو عام ١٩٢٠ منطقة شرق الأردن من نصيب بريطانيا كجزء من دائرة الوصاية علي فلسطين. وقد وافقت الحكومة البريطانية علي قيام حكومة مستقلة في شرقي الأردن يرأسها الأمير عبد الله عام ١٩٢٣.

وبدأت الأردن بعد ذلك في النمو، وتحولت من إمارة إلي مملكة، وأخذت في التطور الملحوظ. تبلغ مساحة الأردن ٩٦,١٨٨ كيلو متر مربع، وهي أرض حضارة وثقافة وقد بلغ عدد سكان الأردن ٥,٧٢٣٠٠٠ نسمة حسب إحصاءات عام ٢٠٠٧، كما بلغ الناتج المحلي الإجمالي ١١,٢٢ مليار دينار.

أما عن التعليم، فإن هناك ٥٦٣٧ مدرسة يتعلم بها ١,٥٩٨,٢١١ طالباً، وقد بلغت نسبة الالتحاق الإجمالية بالتعليم الأساسي ٩٩%، هو ما يفسر نسبة الأمية المنخفضة التي تقدر بـ ٧,٧%، كما بلغت نسبة الالتحاق بالتعليم الثانوي ٧٧%.

وقد اهتمت الدولة الأردنية بتطوير التعليم من خلال مشروع (تطوير التعليم نحو الاقتصاد المعرفي ERFKI) يدمج أهداف تحقيق التعليم للجميع في إطار عمل منتدى التعليم في أردن المستقبل لعام ٢٠٠٢، ثم قامت وزارة التربية والتعليم بالبدء في الإعداد للمرحلة الثانية من مشروع تطوير التعليم نحو الاقتصاد المعرفي ERFKEII، الذي نفذ في النصف الثاني من عام ٢٠٠٩. والمشروع يتكون من أربعة مكونات رئيسية، يعبر عنها الشكل الآتي:

شكل رقم(٢)

مشروع التطوير التربوي نحو الاقتصاد المعرفي I

المكون (١)	المكون (٢)	المكون (٣)	المكون (٤)
إعادة توجيه السياسة التربوية والأهداف والإستراتيجية التربوية من خلال الإصلاح الحكومي والإداري	تغيير البرامج والممارسات التربوية لتحقيق مخرجات تعليمية تنسجم مع الاقتصاد المعرفي.	توفير الدعم لتجهيز بيئات تعليمية مادية تتميز بالجودة (الأبنية والمرافق المدرسية).	تنمية الاستعداد للتعلم من خلال التربية ابتداء من مرحلة الطفولة المبكرة
١-١ إعادة تحديد الرؤية والاستراتيجية المتكاملة.	١-٢ تطوير المناهج وقياس التعلم	١-٣ استبدال المباني المدرسية غير الآمنة والمكتظة بالطلبة بشكل كبير.	١-٤ رفع الكفاءة المؤسسية
٢-١ تحديد آليات الإدارة الحكومية وصنع القرارات.	٢-٢ التنمية المهنية والتدريب	٢-٣ الارتقاء بالمدارس القائمة لدعم التعلم وتحسينه.	٢-٤ التنمية المهنية لمعلمات رياض الأطفال
٣-١ نظام متكامل لدعم القرار التربوي	٣-٢ توفير المصادر لدعم التعلم الفعال	٣-٣ توفير المباني المدرسية لتواكب الزيادة السكانية.	٣-٤ التوسع في رياض الأطفال لتشمل المناطق الأكثر حاجة.
٤-١ البحث التربوي للرقابة والتقويم وتطوير السياسات			٤-٤ نشر الوعي المجتمعي والفهم العام.
٥-١١ الإدارة الفاعلة وتنسيق الاستثمار في مجال التطوير التربوي.			

وبدأ التعليم العالي في ستينات القرن العشرين، بإنشاء كليات المعلمين لتزويد المدارس بالمعلمين المطلوبين للتدريس بها، وتوج ذلك بإنشاء جامعة الأردن (الجامعة الأردنية) عام ١٩٦٢، ثم جامعة اليرموك عام ١٩٧٦، ثم توالي إنشاء ست جامعت أخري.

وخطا التعليم الجامعي الأردني خطوة جريئة عام ١٩٨٩، عندما أقر مجلس التعليم العالي عام ١٩٨٩ وثيقة سياسات تسمح بإنشاء الجامعات الخاصة، وكان أن ظهرت إلي حيز الوجود جامعة عمان كأول جامعة خاصة عام ١٩٩٠، ثم تلاها ظهور إثنتا عشرة جامعة خاصة أخرى.

وقد أنشئت وزارة التعليم العالي عام ١٩٩٨ لتشرف علي هذا التعليم، وأعيد تسميتها بالقانون رقم ٤١ لسنة ٢٠٠١ بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي. وقد حدد هذا القانون أربعة أهداف استراتيجية للوزارة، هي:

١- تحسين إدارة قطاع التعليم العالي.
٢- تحسين جودة بيئة التعليم العالي.
٣- تطوير جودة البحث العلمي ودور مؤسسات التعليم العالي.
٤- توفير قاعدة بيانات ومعلومات عن الجودة القومية للتعليم العالي والدراسات والبحوث عن الممارسات والخبرات العالمية.

ويظهر مما سبق أن البرامج التعليمية والبحثية للجامعات متضمنة في هذه الأهداف الاستراتيجية وبخاصة في الهدفين الثاني والثالث.

وتتنوع الهيئات المسئولة عن تطوير البرامج التعليمية بالجامعات الأردنية، ومن أبرزها:

أولاً: وزارة التعليم العالي والبحث العلمي:

وإذا كنا قد ذكرنا الأهداف الاستراتيجية الأربعة للوزارة، فإننا نؤكد علي أنها كلها تؤكد علي الجودة الشاملة، إدارة وبيئة ومحتوي يشمل قواعد البيانات والبرامج والبحث العلمي.

وتحقق هذه الوزارة إشرافها علي التعليم العالي وسياستها لتحقيق الجودة الشاملة من خلال مجلس التعليم العالي، الذي يمثل آلية التطوير علي المستوي المركزي.

وقد حدد قانون التعليم العالي المشار إليه وظائف هذا المجلس في:

أ - وضع السياسات العامة للتعليم العالي في الأردن.

ب - الموافقة علي إنشاء مؤسسات تعليم عالي جديدة.

جـ - إصدار تعليمات ووضع قواعد إدارة التعليم العالي وتمويله.

د - التنسيق بين المؤسسات الملحية للتعليم العالي.

هـ - تقويم جودة التعليم العالي من نواحي الكفاءة والكفاية.

و- تقرير المتطلبات الأساسية للقبول بمؤسسات التعليم العالي.

وهذه الوظائف، وبخاصة منها الوظيفة الخامسة، ذات صلة بجودة البرامج المقدمة ومتطلباتها.

ويشمل التعليم الجامعي في المملكة الأردنية الهاشمية، نوعين من الجامعات، هي الجامعات الحكومية والجامعات الخاصة.

وتبلغ نسبة المقيدين بالجامعات ٢,٥% من إجمالي عدد السكان، وهي نسبة تعادل مثيلتها في المملكة المتحدة.

وقد تطور التعليم العالي - بما فيه الجامعات - تطوراً ملحوظاً في الخمس السنوات الأخيرة، إذ زاد الطلب عليه في الفترة من عام ٢٠٠٠ إلي عام ٢٠٠٨، الأمر الذي أدي إلي أن يزيد معدل القيد بنسبة ١٤% سنوياً ، مما أدي إلي إنشاء ثلاث جامعات جديدة، ليصل عدد هذه الجامعات إلي عشرة جامعات، أما الجامعات الخاصة، فقد بلغ عددها ثلاث عشرة جامعة، منها جامعة واحدة للدراسات العليا هي جامعة عمان العربية.

وقد صممت وزارة التعليم العالي آلية هامة للتطوير، تمثلت في (استراتيجية التعليم العالي والبحث العلمي ٢٠٠٥ - ٢٠١٠)، تضمنت ثمانية استراتيجيات فرعية نعرضها بإيجاز مع التركيز علي ما يخص تطوير البرامج الدراسية الجامعية، فيما يلي:

١- إستراتيجيات القبول في الجامعات الأردنية:

وتحدد هدفها في تطوير سياسة القبول ومعاييره بما يتلاءم مع تحقيق العدالة وتكافؤ الفرص والتنافسية والاستجابة لحاجات التنمية الوطنية ورغبات الطلاب. ويصب الكثير من مبادىء هذه الاستراتيجيات في محور تطوير البرامج التعليمية، من حيث ما نصت عليه

خاصاً بمراعاة الطاقة الاستيعابية للجامعات عند القبول، بما يتناسب مع إمكانياتها وضمان الجودة، واعتماد علامات المباحث في امتحان شهادة الدراسة الثانوية العامة ذات العلاقة بتخصص الطالب الذي يرغب الالتحاق به في الجامعة، وخضوع الطالب لامتحان مستوي في اللغة الإنجليزية واللغة العربية والمهارات الحاسوبية في الجامعة.

٢- استراتيجيات محور تنمية الموارد البشرية:

وتمثل الهدف الذي تسعي إلي تحقيقه في: الارتقاء بمستوي التأهيل والكفاءة والخبرة للموارد البشرية العاملة في مؤسسات التعليم العالي.

وقد تضمنت هذه الاستراتيجيات ما يمكن أن يسهم في تطوير البرامج التعليمية وضمان جودة تقديمها وتنفيذها، مثل:

- تأمين حاجات الجامعات الأردنية من أعضاء هيئة التدريس في مختلف التخصصات في نطاق اتفاقيات التعاون مع الدول الأخرى ولاسيما الاتحاد الأوربي والولايات المتحدة الأمريكية واستراليا وكندا وغيرها من الجامعات العالمية المرموقة.
- تحديد حاجة الجامعات من أعضاء هيئة التدريس وتحديد الأولويات للتخصصات النادرة وغير المتوافرة محلياً.
- التركيز علي النمو المهني المستمر لعضو هيئة التدريس، وخاصة في مجالات أساليب التدريس والتقييم، ومنهجية البحث العلمي، والمهارات اللغوية، ومهارات الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات.
- الاعتماد علي معايير موضوعية والالتزام بها لتقييم عضو هيئة التدريس في التدريس والإنتاج العلمي وخدمة المجتمع بهدف تطوير أدائه وتثبيته وترقيته.
- توفير مناخ تنظيمي مساند ومحفز علي العطاء والإبداع لعضو هيئة التدريس وتوفير البنية الأساسية للتدريس والبحث العلمي.

وتضمنت هذه الاستراتيجيات وضع شروط تعيين الإداريين وتوفير برامج تنمية مهنية لهم في مجالات المهارات اللغوية والحاسوب.

أما عن الطلاب، فقد اهتمت الاستراتيجية بما يلي:

- رعاية الطلاب المبدعين والمتميزين وتشجيعهم وتحفيزهم، وتعزيز برامج الإرشاد الأكاديمي والتربوي.
- إتقان الطالب لمهارات اللغتين العربية والإنجليزية والحاسوب والبحث العلمي.
- إثراء الحياة الطلابية في الجامعة فكريا وسياسيا واجتماعيا وثقافيا ورياضياً وفنياً عن طريق الأنشطة الجامعية.

وهذا كله من شأنه نجاح البرامج التعليمية الجامعية، واستمرار تطويرها.

٣- استراتيجيات محور البحث العلمي والدراسات العليا:

والهدف منها هو (الارتقاء بمستوي البحث العلمي والدراسات العليا ودعمهما ورفع مستواها وإعطاء دور أكبر للقطاع الخاص في تطوير البحث العلمي، وبخاصة البحث العلمي التطبيقي الذي تتطلبه خطط التنمية الوطنية).

وإذا سلمنا بأن هناك علاقات جدلية تبادلية بين البحث العلمي والتعليم والتدريس، فضلاً عن دور الدراسات العليا في إعداد عضو هيئة تدريس يتمكن من تطوير التعليم، أدركنا أن هذه الاستراتيجيات تسهم بشكل أساسي في تطوير البرامج التعليمية. ولذلك فإن ما تضمنته هذه الاستراتيجيات، من حيث:

- إنشاء مراكز بحثية علمية متخصصة ومتميزة، وربطها مع نظيرها في الخارج لتعظيم الاستفادة منها.
- واعتماد أساليب جديدة لتقييم البحوث العلمية تعتمد نوع البحث وأهميته ومستوي الدورية المنشور فيها ومدي انتشارها.
- وتوجيه الباحثين للاهتمام بالبحوث العلمية الأساسية وعدم الاقتصار علي البحوث التطبيقية.
- وتنمية ثقافة البحث العلمي وتهيئة المناخ المناسب له وتشجيعه بدءاً من التعليم قبل الجامعي.
- وتوفير البنية الأساسية للبحث العلمي، مثل المختبرات ومصادر المعلومات وغيرها.
- ووضع شروط مشددة للقبول في برامج الدراسات العليا.

- واجتذاب المتميزين من الطلاب للالتحاق بالدراسات العليا، والمتميزين من أعضاء هيئة التدريس للتدريس بها.

يساعد حتما في تطوير البرامج التعليمية علي مستوي الدرجة الجامعية الأولي والدراسات العليا.

٤- استراتيجيات محور تطوير الإدارة الجامعية:

وحدد هدف هذه الاستراتيجيات في (تطوير الإدارة الجامعية لضمان قدرتها علي إدارة التغيير ورفع مستوي الأداء من خلال اعتماد مبادىء اللامركزية في الإدارة والتنفيذ والشفافية والمساءلة والكفاءة والتنافس في اختيار القيادات الجامعية). وتناولت هذه الاستراتيجيات:

- تطوير مجلس التعليم العالي، باعتباره صاحب الصلاحية في الإشراف علي جميع مؤسسات التعليم العالي في المملكة.

- تفعيل مجالس أمناء الجامعات، من خلال منحها الصلاحيات التي تمكنها من أداء مهامها، واختيار رئيس وأعضاء مجلس الأمناء من ذوي الكفاءة العالية والخبرة المتميزة والاهتمام بالتعليم العالي.
- الاختيار الموضوعي لرؤساء الجامعات والقيادات الإدارية الأخرى، وتوفير برامج مستمرة للتنمية المهنية لهم في مجالات التطوير والتخطيط والإدارة والتكنولوجيا.

٥- استراتيجيات محور ضمان الجودة:

وهي تسعي لتحقيق (ضمان مستوي أداء مؤسسات التعليم العالي من خلال معايير الجودة والنوعية في مختلف مكونات نظام التعليم العالي وجميع مراحله).

وتضمنت هذه الاستراتيجيات مايلي:

- تبني سياسة عامة للجودة علي مستوي المملكة للتعليم العام والتعليم العالي.
- اعتماد نظام فاعل للجودة علي المستوي الوطني ومستوي كل جامعة، تتمثل عناصره في تحديد الأهداف والمعايير ومؤشرات الأداء والمقاييس، وتوفير

المعلومات والآليات علي مستوي التخصص والكلية والجامعة بهدف التطوير والتحسين.

- بث ثقافة الجودة في الجامعات وتوفير المناخ المساند للنماء والإبداع والمبادأة.
- اعتماد التغذية الراجعة عن الأداء كأساس للتحسين والتطوير.
- إنشاء هيئة مستقلة لضمان جودة التعليم العالي، بما يتفق مع المعايير الدولية.
- وضع ضوابط للتوسع في إنشاء الجامعات الجديدة والالتزام بها.

٦- استراتيجيات محور تمويل الجامعات:

وحدد هدف هذه الاستراتيجيات في: (توزيع مصادر تمويل التعليم العالي بما يكفل رفد مؤسساته بالتمويل اللازم لتميزها وضمان جودتها واستقلاليتها ودعم الطلبة غير القادرين مالياً).

واهتمت هذه الاستراتيجيات بالنظر إلي الإنفاق علي التعليم العالي كاستثمار وطني في الموارد البشرية، واعتبار الدولة ابتداء الممول الأساسي لمؤسسات التعليم العالي الرسمية، كونها ترسم سياساتها وتشرف علي أدائها دون المساس باستقلاليتها.

وقد تقدمت الحكومة الأردنية بطلب إلي البنك الدولي لتطوير التعليم العالي، حمل عنوان مشروع إصلاح التعليم العالي لاقتصاد المعرفة
Jordan: Higher Education Reform For Knowledge Economy Project

وقد وافق مجلس المديرين التنفيذيين للبنك الدولي علي تمويل المشروع بمبلغ ٢٥ مليون دولار، واتفق علي أن مشروع إصلاح التعليم العالي لاقتصاد المعرفة يهدف إلي دعم برنامج حكومة الأردن لتحسين نظام التعليم العالي الأردني، وتمكين الإناث من الالتحاق بـه، من خلال:

- تحسين القدرة المؤسسية لتنويع وتطوير آليات التمويل.
- تحديث حوكمة وإدارة قطاع التعليم العالي والجامعي.

- تقوية آليات ضمان الجودة والاعتماد المؤسسي في التعليم العالي، متضمنا ومركزا علي الجامعات، بما يضمن جودتها الشاملة بشريا وماديا، وتقديم برامج تعليمية متميزة تقديما ذا جودة لتخريج أفراد قادرين علي المنافسة إقليميا وعالمياً.

٧- **استراتيجيات محور التشريعات:**

وحدد هدفها في (تطوير تشريعات التعليم العالي بما يتوافق مع جميع محاور الاستراتيجية). وقد تضمنت تطوير التشريعات بما يحقق إنشاء شراكات فاعلة بين مؤسسات التعليم العالي والمؤسسات الإنتاجية في القطاعين العام والخاص، وضمان جودة التعليم العالي وفعاليته، وبالتالي كفاءة مخرجاته للمنافسة علي المستويين الإقليمي والعالمي، وإعادة النظر في الهياكل التنظيمية للجامعات، ووضع تشريع لنظام فاعل في المساءلة وأداء مؤسسات التعليم العالي.

٨- **استراتيجيات محور الخطط والبرامج الدراسية:**

وقد آثرنا أن نعرضها أخيراً لنوفيها حقها، باعتبارها موضوع هذه الورقة، رغم أنها تأتي رقم (٢) في الاستراتيجية.

- علي المستوي الجامعي:

الهدف: تطوير الخطط والبرامج الدراسية وتحديثها بما يتوافق مع متطلبات التنمية الوطنية والإقليمية مع مراعاة التطورات العلمية والتكنولوجية علي المستوي العالمي.

<u>الإجراءات:</u>

أ- إعادة النظر في الخطط والبرامج الدراسية في الجامعات بصورة دورية لتحقيق ما يلي:

- تحديث الخطط بما يتناسب مع المتغيرات العلمية والتقنية وحاجات المجتمع الأردني.
- تحديث أساليب التدريس وأساليب التقويم باستخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة.
- التركيز علي التعلم الذاتي والتفكير الناقد وأسلوب حل المشكلة.
- تحديث محتوى مواد السنة الأولي الجامعية بصورة مستمرة لتأخذ بعين الاعتبار مناهج وزارة التربية والتعليم لمواكبة زيادة معرفة هؤلاء الطلبة بهذه المواد.

- إعادة النظر في المسميات المتعددة للتخصصات المتقاربة والمتداخلة في الخطط الدراسية بصورة كبيرة بهدف الدمج أو الإلغاء بما يتناسب مع المرجعيات العلمية والأكاديمية.

ب- اعتماد خطة لتدريس كل مادة تتضمن وصفاً للمادة، وأهدافها، ومحتواها، وأساليب التدريس والتقويم فيها، ومصادر التعلم المطلوبة.

ج- اعتماد كتاب مرجعي مقرر لكل مادة يقره القسم.

د- تطوير متطلبات الجامعة لتسهم في إعداد الطالب الجامعي ليمتلك القدرة علي:

- احترام ثوابت الدستور، ومقومات ثقافة المواطنة والحضارة العربية – الإسلامية (مناهج البحث)، والثقافة والفكر الإنساني، والثقافة العلمية والتكنولوجية الحديثة، والمهارات اللغوية والحاسوبية، ومهارات البحث العلمي.
- الاستعانة بأنماط التعليم الحديثة المختلفة في التعليم الجامعي، وذلك باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بحيث تتعاون أكثر من جامعة في هذا المجال لتحقيق الاستفادة المثلي من الطاقات البشرية والتكنولوجية المتوافرة في هذه الجامعات.
- استخدام أساليب الإحصاء، والتحليل الكمي، وأساليب كتابة البحوث العلمية.

ه- زيادة التركيز علي الجانب التطبيقي في جميع الخطط والبرامج الدراسية وذلك بالتعاون مع مؤسسات القطاعين العام والخاص، بما يعزز انخراط الخريج في سوق العمل مباشرة بعد تخرجه أو تقليص فترة التدريب اللازمة له بعد التخرج.

و- التوسع في برامج الدراسات العليا وتحفيز الطلبة المتميزين للالتحاق بها.

ز- العمل علي إنشاء مراكز تميز في تخصصات محددة في كل جامعة.

ح- توفير التجهيزات والبنية الأساسية اللازمة لتمكين أعضاء هيئة التدريس والطلبة من الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

ط- اعتماد الإيفاد في برامج الابتعاث للطلبة المتميزين للحصول علي درجة الدكتوراه و/ أو الشهادات العليا التخصصية في جامعات ومراكز علمية مرموقة وفي تخصصات مطلوبة.

ي- المساهمة في تشخيص مشكلات المجتمع واقتراح الحلول المناسبة لها.

ك- سعي الجامعات إلي خلق مناخ إنتاجي في مجالاتها المختلفة حتى تستطيع أن تقوي مشاريعها البحثية.

ل- إنشاء مراكز للتعليم المستمر في الجامعات تقدم الدورات والبرامج في كل المجالات لفئات المجتمع المختلفة.

م- تنظيم مؤتمرات وندوات ومحاضرات وطنية وإقليمية وعالمية في المجالات الأكاديمية والثقافية والاقتصادية والسياسية.

- علي مستوي كليات ومعاهد التعليم الجامعي المتوسط الأردنية:

الهدف: تطوير كليات ومعاهد التعليم الجامعي المتوسط لتخريج مهنيين وفنيين وحرفيين ذوي كفاءة عالية تتواءم مع خطط التنمية الوطنية والإقليمية.

الإجراءات:

أ- استقلال جميع مؤسسات التعليم الجامعي المتوسط عن أية جهة تتبعها حالياً وإتباعها لهيئة مستقلة.

ب- تقليص عدد الكليات والمعاهد الرسمية عن طريق الدمج لتصبح هناك كلية واحدة مهنية متعددة الاختصاصات (Polytechnic College) في كل محافظة ما أمكن وربطها فنياً بأقرب جامعة لها، ولها أن تفتتح فروعاً في تخصصات محددة في مناطق المحافظة في ضوء الحاجة.

ج- التركيز علي البرامج والتخصصات المهنية والفنية.

د- أن تتميز هذه البرامج بتركيزها علي الأداء (Performance-Oriented) لتخريج كوادر فنية متميزة في كل الميادين.

هـ- اجتذاب وتطوير الكفاءات التدريسية والتدريبية الكفؤة أكاديمياً وعملياً لهذه المؤسسات.

و- اعتماد سياسة للقبول مبنية علي رغبات الطالب والشروط التي تضعها لكل برنامج الهيئة المشرفة والمؤسسة الأكاديمية.

ز- أن تمنح هذه الكليات والمعاهد التعليمية شهادات إتمام الدراسة تخول حاملها ممارسة المهنة.

ويظهر مما سبق التأكيد علي التحديث الذي يراعي المتغيرات العلمية والحاجات المحلية، بما يتضمنه من شمول يجمع المحتوي وطرق التعليم والتعلم واستخدام التكنولوجيا، والاهتمام بالتعلم الذاتي وتنمية التفكير، ومناهج البحث العلمي، والجمع بين التنظير والتطبيقات، وتوفير المتطلبات البشرية والمادية اللازمة.

ويضاف إلي ما تقدم الاهتمام بمراعاة متطلبات الجودة في تنظيم المحتوي العلمي للمادة الراسية وتوصيفها بدءاً من تحديد أهدافها ومحتواها وطرق التعليم والتعلم، ومصادرها وانتهاء بالتقويم كعملية مستمرة.

وقد حرصت هذه الاستراتيجيات علي مراعاة البعد الوطني الأردني وأبعاد التطور التكنولوجي والثقافي، والتعاون بين الجامعات في حسن الإفادة من الموارد البشرية.

ثانياً: مجلس الاعتماد، الذي صار اعتباراً من يونيو ٢٠٠٧ مجلس اعتماد التعليم العالي بالقانون رقم ٢٠ لسنة ٢٠٠٧. ويعتبر المجلس هيئة مستقلة إدارياً ومالياً.

وحدد القانون هدف المجلس في تطوير وضمان الجودة في تطوير التعليم العالي، وتشجيع الجامعات علي أن تكون مفتوحة ومتفاعلة مع مؤسسات البحث العلمي العالمية وهيئات الاعتماد الدولية، والارتقاء بالتعليم العالي الأردني علي أسس ومعايير عالمية.

وأقر القانون واجبات المجلس فيما يلي:

أ- تحديد ترتيبات اعتماد مؤسسات التعليم العالي، وتعديلها وتطويرها في ضوء السياسة العامة للتعليم العالي.

ب- الإشراف علي أداء مؤسسات التعليم العالي، والتزامها بتطبيق قواعد الاعتماد.

ج- تعيين اللجان المتخصصة اللازمة لتنفيذ مهام المجلس.

د- التأكد من أن التعليم العالي يحقق الأهداف السابق تحديدها من خلال التقويم المستمر لبرامجه.

هـ- اقتراح المشروعات الخاصة بقواعد وإجراءات واجبات المجلس.

و- نشر التقارير والقرارات التي يتخذها المجلس عن الاعتماد في وسائل النشر الرسمية.

وقد كلف المجلس بإنشاء (مركز وطني للاختبارات) يقوم بتصميم وقيادة امتحانات مقننة في جميع المجالات تستخدم كامتحانات للتخرج والقبول. ولذلك فقد تم إعداد لوائح وإقرار تعليمات وقواعد لتنفيذ هذه المهام.

كما بدأ المجلس أداء مهامه للتأكد من أن جميع مؤسسات التعليم العالي تعمل وفق المحددات التي وضعها. وقام المجلس بدراسة تقويمية للجامعات في ضوء عدد من المعايير للحكم علي مستواها وترتيبها. وكان لهذه الدراسة ثمارها من حيث حث الجامعات علي مراجعة سياساتها وتفعيل خطط التقويم الداخلي لأدائها وتحسين هذا الأداء.

وعقد المجلس ورشة عمل في أغسطس ٢٠٠٧ حضرها ممثلو الجامعات الأردنية العامة والخاصة والأجنبية المرتبطة بجامعات أردنية، وخلصت إلي أسس التقويم الداخلي لإمكانيات الجامعات وإعداد تقارير عن تقويم الجامعة ككل، وتقويم البرامج الدراسية والمقررات المتضمنة فيها، ووضع خطط لتطويرها وفق معايير الجودة، وإعداد مقومين لإدارة الجودة الشاملة بالجامعات، وإعداد تقارير الدراسة الذاتية، ونشر ثقافة التميز عن طريق المعرفة والممارسة.

ولعله من المهام الجديرة بالذكر هنا أن المجلس قد قام بتحديد المعايير الواجب توافرها في البرامج التعليمية حتى يمكن الترخيص بالبدء في تنفيذها، وليس الانتظار لتقرير اعتمادها بعد تطبيقها، وقد بنيت هذه المعايير في ضوء المعايير العالمية، وبخاصة منها المعايير الأوربية، مع الاستعانة بخبراء دوليين. وتجدر الإشارة إلي أن المجلس قد طالب الجامعات بإنشاء أقسام تكون مسئولة عن إدارة الجودة الشاملة، والمراجعة الداخلية والتقييم الذاتي.

ثالثاً: الجامعات الأردنية:

ذكرنا من قبل أن هناك عشر جامعات حكومية بالمملكة الأردنية الهاشمية، وهذه الجامعات، هي:

أ – الجامعة الأردنية، وقد أنشئت عام ١٩٦٢.

ب – جامعة اليرموك، وأسست عام ١٩٧٥.

جـ – جامعة مؤتة، وأسست عام ١٩٨١.

د – الجامعة الأردنية للعلوم التكنولوجيا، وأسست عام ١٩٨٦.

هـ – الجامعة الهاشمية، وأسست عام ١٩٩١.

و– جامعة آل البيت، وأسست عام ١٩٩٢.

ز– جامعة البلقاء، وأسست عام ١٩٩٧.

خ – جامعة الحسين بن طلال، وأسست عام ٢٠٠٥.

ي – جامعة الطفيلة، وأسست عام ٢٠٠٥.

فضلاً عن ست عشرة جامعة، وكلية جامعية خاصة، ظهرت إلي حيز الوجود تباعاً بدءاً من عام ١٩٨٠.

وقد تنوعت آليات تطوير البرامج التعليمية في الجامعات الأردنية، وقد يكون مجدياً، عرض أمثلة لذلك فيما يلي:

أ – الجامعة الأردنية:

وهي جامعة شاملة تقوم بالتعليم والبحث العلمي وخدمة المجتمع، وتضم ثماني عشرة كلية، هي:

- كلية الآداب (وبها أقسام للغات العربية والأجنبية وآدابها).
- كلية إدارة الأعمال – كلية الشريعة – كلية العلوم
- كلية الطب – كلية التمريض – كلية الأسنان.
- كلية الزراعة – كلية الهندسة والتكنولوجيا – كلية العلوم التربوية.
- كلية الصيدلة – كلية القانون – كلية التربية البدنية.
- كلية الإنسانيات والعلوم الاجتماعية.
- كلية الدراسات العليا – كلية العلوم التأهيلية (العلاج الطبيعي – التأهيل المهني..).
- كلية الملك عبد الله الثاني لتكنولوجيا المعلومات. – كلية الفنون والتصميم.

وتقدم الجامعة ٥٩ برنامجا تعليمياً دولياً علي مستوي الدرجة الجامعية الأولي، و٦١ برنامجاً تعليمياً دولياً علي مستوي الدراسات العليا في مجالات تخصصية متنوعة بالاشتراك مع جامعات أجنبية، وهو ما يعتبر من آليات التحديث والتجديد.

كما قامت الجامعة بافتتاح نظامين للقبول للطلاب الراغبين في الدراسة الجامعية، مع استمرارهم في ممارسة أعمالهم، هما برنامج الدراسات المسائية، الذي بدأ في العام ٢٠٠٢/٢٠٠١ وبرنامج التعليم من بعد.

وتجمع كل البرامج التي تقدمها الجامعة بين المحاضرة الأكاديمية للتقليدية ومنهجيات التعليم القائمة علي الحوار والبحث واستخدام الوسائط الحاسوبية المتعددة، والدراسة العملية التطبيقية.

ب- جامعة اليرموك:

وقد حددت الجامعة رسالتها في تقديم تعليم ذي جودة لطلابها في مجالات تخصصية متنوعة بدءاً من الدراسة في المرحلة الجامعية الأولي حتى الدكتوراه، وإشراك الطلاب وأعضاء هيئة التدريس في برامج بحثية تسهم في التنمية الاقتصادية محليا ووطنياً، وتقديم خدمات عامة علي المستويات المحلية والقومية والعالمية.

ورسالة الجامعة علي هذا النحو تضع أسس البرامج التعليمية ذات الجودة التي تربط الدراسة بالواقع المحلي والوطني.

وتضم الجامعة تسع كليات ، هي:

- كلية الآداب - كلية العلوم - كلية التربية
- كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية - كلية تكنولوجيا المعلومات وعلوم الحاسب.
- كلية الهندسة التكنولوجية - كلية القانون
- كلية الشريعة والدراسات الإسلامية.- كلية الفنون الجميلة.

بالإضافة إلي معهد الأنثروبولجيا وعدد من المراكز البحثية والتدريبية ولتحقيق تطوير البرامج التعليمية التي تقدمها الجامعة، فإنها ترتبط مع جامعات عربية وأوروبية وأمريكية وآسيوية باتفاقات ثنائية للتعاون وتبادل أعضاء هيئات التدريس والطلاب.

ويشير النعيمي إلي أن نتائج التقييم الذي تم بمبادرة من صندوق الحسين للإبداع والتفوق بالتعاون مع الوكالة البريطانية لضمان جودة التعليم العالي لتقويم وتطوير برامج

الحاسوب في الجامعات الأردنية عام ٢٠٠١ جاءت مخيبة للآمال، إذ لم تتمكن أية جامعة من الجامعات الأربع عشرة من اجتياز الحد الأدني المعتمد عالمياً كمستوي مقبول بالمعايير الدولية لضمان الجودة، وإن كانت ثماني جامعات قد أثبتت قدرتها علي الاستمرار في المراجعة والتقييم في المرحلة الثانية للمشروع التي بدأت عام ٢٠٠٣، بعد أن استفادت من نتائج المرحلة الأولي وأدخلت تحسينات ملموسة علي بنية ومضمون برامجها التعليمية. وقد اجتاز ست جامعات الحد الأدنى للمستوي المقبول.

ثالثاً: تطوير البرامج التعليمية بجامعات المملكة المغربية:

مقدمة:

تقع المملكة المغربية في شمال غرب قارة إفريقيا، وتتمتع بموقع جغرافي متميز وقد حصلت علي الاستقلال عن فرنسا بعد كفاح مسلح عام ١٩٥٦. ويبلغ عدد سكان المغرب أكثر من ٣٠ مليون نسمة.

ومنذ استقلالها، سعت الدولة المغربية سعياً حثيثاً للتنمية الشاملة، وبخاصة في مجال التعليم. إذ وضع المجلس الملكي لإصلاح التعليم عام ١٩٥٧ أسس التعليم المغربي لمغرب ما بعد الاستقلال، ومنها تعريب المناهج وهيئة التدريس، والإتاحة الشاملة علي كافة المستويات، وبناء نظام تعليمي قومي موحد، عوضا عن نظم تعليمية متنوعة ومتناقضة في فترة الاستعمار تجمع بين تعليم إسلامي عربي لا يلقي دعماً، ونموذج تعليمي فرنسي، يلبي احتياجات الأقلية الأوربية.

وتوالت بعد ذلك جهود الإصلاح، حيث أصدرت حكومة المملكة المغربية عام ٢٠٠٠ الميثاق الوطني للتعليم والتدريب (CNEF 2000)، الذي قام علي رؤية جديدة لقطاع التعليم حتى عام ٢٠٢٠، من خلال إطار شامل، لكل الأنساق الفرعية لنظام التعليم والتدريب. كما تبنت الحكومة المغربية عام ٢٠٠٥ استراتيجية تهدف إلي تطوير التعليم لتحسين نوعية وجودة العملية التعليمية وتقديم برامج تدريبية للمعلمين، وتطوير استراتيجيات وطرق التدريس ومحتوي البرامج التعليمية كجزء من الاستراتيجية القومية.

وللمغرب تاريخ طويل وقديم في ميدان التعليم العالي بدأ مع جامعة القرويين التي أسست في القرن التاسع الميلادي (عام ٨٩٥). وبدأ التعليم الجامعي الحديث كامتداد للجامعات الفرنسية بنفس المناهج ونفس نظام التقويم واستخدام اللغة الفرنسية كوسيط للتعليم.

وبدأت مع نهاية الستينات وبداية السبعينات سلسلة من الإصلاحات تمثلت في سياسات وطنية من أجل (مغربة) و(تعريب) التعليم الجامعي، وأدت هذه السياسات إلى ازدواجية لغوية عربية وفرنسية، مع محاولة تطوير هوية محددة للجامعات المغربية.

وتضمنت التغييرات تكثيف جهود (المغربة)، بحيث شملت التدريس والإدارة واستخدام اللغة العربية كلغة للتعليم في عدد من المؤسسات الجامعية، وبخاصة كليات الآداب والإنسانيات وبعض المواد بكلية الحقوق، وهو ما يعد تطويراً لتدريس البرامج الجامعية وتوجيهها وجهة وطنية وقومية.

ويضم قطاع التعليم العالي في المملكة المغربية: الجامعات والمدارس العليا والمعاهد . وهناك أربع عشرة جامعة، بها ٤٩ كلية. وتشمل هذه الجامعات، الجامعات العامة الحكومية، التي بدأ إنشاؤها بعد الاستقلال وبخاصة في السبعينات من القرن العشرين، ثم في الثمانينيات استجابة لطلب مجتمعي وإتاحة فرص التعليم العالي أمام أبناء المجتمع. كما تشمل أيضا الجامعات الخاصة، التي تهدف إلي الربح، وجامعة واحدة خاصة غير هادفة للربح هي جامعة إيفران.

وقد كان من أبرز أوجه الضعف بالجامعات المغربية، ما ذكرته التقارير الرسمية والدراسات المختلفة، وتمثل في:

١- ضعف الكفاءة الداخلية، رغم أن الإنفاق علي الجامعات وغيرها من مؤسسات التعليم العالي يبلغ ٢٥% من الميزانية.
٢- ضعف مرونة البرامج والمناهج في مختلف ميادين التخصص، والاستجابة الضعيفة لمتطلبات سوق العمل. وتمثلت مظاهر هذا الضعف في غياب الارتباط بين

التخصصات، والاهتمام المتزايد بالنواحي النظرية وإهمال الجوانب التطبيقية والممارسات العملية.

٣- عقم نظم الامتحانات وبعدها عن الأسس التربوية.

٤- ضعف التوجيه والإرشاد، مما ترتب عليه أن الالتحاق بالتخصصات الجامعية لم تكن تحكمه اعتبارات علمية.

٥- تدني نسب أعضاء هيئة التدريس إلي الطلاب في بعض التخصصات (١ إلى ٤٠ في كليات الحقوق).

٦- جمود الأداء الإداري، وعمليات صنع القرارات واتخاذها.

٧- ضعف مردود البحث العلمي، والارتباط المتدني بمتطلبات التنمية.

ولذلك كان ضرورياً التدخل للإصلاح والتطوير بالجامعات المغربية، وبخاصة تطوير برامجها التعليمية ومدخلاتها وعملياتها. وتتمثل الهيئات المسئولة عن هذا التطوير في:

١ - وزارة التعليم العالي، ممثلة للدولة المغربية:

اعتبر المجتمع المغربي أن تطوير التعليم العالي، وعلي رأسه الجامعات مشروعاً مجتمعياً ذا أولوية، وكان صدور الميثاق الوطني تتويجاً لذلك. وقد نص هذا الميثاق علي أن إصلاح التعليم (أسبقية أولي بعد الوحدة الترابية). ويتسم هذا الميثاق بالنظرة المنظومية لإصلاح التعليم والتكوين، مما يجعل عرضه كله ضرورياً. وهو ما سنتناوله فيما يلي بشيء من الإيجاز عن التعليم قبل الجامعي، ثم شرح ما تناوله عن التعليم الجامعي وتطوير برامجه ببعض الإسهاب.

- تحسين جودة التعليم العام:

وقد تضمن الميثاق عدداً من الآليات لتطوير التعليم قبل الجامعي، باعتبار أن مخرجاته تمثل مدخلات التعليم العالي والجامعي، وهي:

أ - إعادة هيكلة التعليم العام.

ب - مراجعة البرامج والمناهج والكتب والمراجع المدرسية لبناء جذوع مشتركة وجسور داخل نظام التعليم والتكوين، وربطه بمتطلبات كل إقليم وبيئة: ٧٠% مقررات موحدة ١٥% تتنوع بين الأقاليم، ١٥% تختارها المدرسة.

جـ – تحسين تدريس اللغة العربية وإتقان اللغات الأجنبية والانفتاح علي اللغة الأمازيغية.
د – إدخال تقنيات الاتصالات والمعلومات في العملية التعليمية.
هـ – تشجيع التفوق والتميز، وإنشاء ثانويات نموذجية للمتفوقين .
و – تدعيم الأنشطة الرياضية والفنية والبيئية.
ز – تحفيز الموارد البشرية، وتحسين تكوينها وظروف عملها، ومراجعة نظم التوظيف والتقويم.
ح – تحسين الظروف المادية والاجتماعية للمتعلمين والعناية بذوي الاحتياجات الخاصة.
ط – إقرار اللامركزية في قطاع التعليم والتكوين.

- آليات تحسين جودة التعليم الجامعي العام:

اعتمد المشرع المغربي – كا يقول الأمراني زنطارا محمد – لتطوير التعليم العالي العام آليات تحسين الجودة نفسها التي اعتمدها في مجال التعليم والتكوين قبل الجامعي، مع مراعاة خصوصية التعليم العالي والجامعي، وهذه الآليات، هي:

أ – الآلية الأولي:

تتمثل في تنظيم التعليم العالي عن طريق إعادة هيكلته بتجميع كافة مكونات التعليم بعد البكالوريا (شهادة إتمام التعليم الثانوي)، وضمها في مجموعات والتنسيق بينها، مع إقامة علاقات عضوية وجذوع مشتركة، في إطار نظام جامعي يوفق بين التخصصات.

وقد اعتمد في إعادة هيكلة التعليم العالي علي إعادة بناء المسالك الجامعية بارتباط مع إدماج البيانات ذات المنحي العام أو الأكاديمي والمهني.

وهكذا تركزت هيكلة الدراسات علي مسالك ووحدات وإحداث جذوع مشتركة وجسور بين المسالك. وتم ارتكاز سيرورة الطالب الجامعية علي التوجيه والتقويم وإعادة التوجيه إذ يكتسب الوحدات عن طريق المراقبة المستمرة والامتحانات المنتظمة مع رصد المحصل منها. وبحسب هذا النظام أصبح التعليم الجامعي يشتمل علي سلك أول (إجازة) وسلك ثان (ماجستير) وسلك الدكتوراه(ما يقابل LMD في أوربا).

ب- الآلية الثانية:

مراجعة البرامج والمناهج . يستجيب تحسين جودة التعليم العالي من حيث المحتوي والمناهج لأهداف التخفيف والتبسيط والمرونة والتكيف وقد تمت مراجعة جميع المكونات البيداجوجية الديداكتيكية لسيرورات التعليم العالي وذلك في أفق:

أ - الإرساء التدريجي للنظام التربوي الجديد لأسلاك التعليم العالي، الذي ابتدأ منذ ٢٠٠٣/٩/١.

ب- إدخال تحسينات جوهرية للرفع من جودة هذا التعليم في جميع مستوياته.

وتتجه مراجعة البرامج والمناهج نحو تحقيق الأهداف التالية:

١- تعميق الأهداف العامة وتدقيقها بالنسبة لكل سلك.
٢- تحقيق الجذوع المشتركة والجسور داخل نظام التعليم العالي، وبين هذا الأخير والحياة العملية.
٣- صياغة أهداف تكميلية وتحديدها وتحليلها بما يستجيب لحاجات الطلبة ومتطلبات الحياة المعاصرة، وبما ينتظر من الجامعة من تكوين.
٤- مراعاة المرونة اللازمة للسيرورة التربوية وقدرتها علي التكيف.
٥- وضع برامج programmers تعتمد نظام الوحدات المجزوءة System modulaire.

ج - الآلية الثالثة:

استعمالات الزمن. أعطيت الجامعات الحرية الكاملة في تحديد مدة السنة الأكاديمية وتوزيعها حسب ما يترتب علي إعادة هيكلة أسلاك التعليم فيها، كما يمكنها تنظيم دورات صيفية.

د - الآلية الرابعة:

إتقان اللغات واستعمال التقنيات الحديثة. بدأت مؤسسات التعليم العالي بصفة ممنهجة بإعطاء دروس لاستدراك تعلم اللغات بما فيها العربية، المقرونة بوحدات أو مجزوءات علمية وتكنولوجية وثقافية تستهدف إعطاء تعلم اللغات طابعة الوظيفي. كما يركز إصلاح جودة التعليم علي تنويع لغات تعليم العلوم والتقانة، حيث يتم تدريجيا، خلال العشرية الوطنية للتربية والتكوين، فتح شعب اختيارية للتعليم العلمي والتقني والبيداجوجي علي مستوي الجامعات

باللغة العربية، موازاة مع توافر المرجعيات البيداجوجية الجيدة وفتح شعب اختيارية عالية التخصص للبحث والتكوين باللغة الأجنبية الأكثر نفعا وجدوى من حيث العطاء العلمي ويسر التواصل. وإبان السنة الأولي من تنفيذ الإصلاح الجامعي تم إقرار تدريس اللغات إجبارياً في وحدات مستقلة خلال السلك الأول من التعليم العالي مع الإعفاء منها خلال السلك الثاني، والعودة إليها خلال الدراسات العليا كأداة لتعميق البحث.

هـ - الآلية الخامسة:

استعمال التقنيات techniques الجديدة للإعلام والتواصل. سعيا لتحقيق التوظيف الأمثل للموارد التربوية وللحصول علي أكبر فائدة ممكنة من التقنيات الحديثة، وتم الاعتماد علي هذه التقنيات وخاصة في مجال التكوين المستمر. وفي هذا الصدد تقوم وزارة التعليم العالي بإنشاء جامعة افتراضية. كما تم إدماج تدريس التقنيات الحديثة بصورة إجبارية لجميع الطلبة، في السلك الأول من الجامعة.

و- الآلية السادسة:

تشجيع التفوق والتجديد والبحث العلمي: يتوقع أن تضع سلطات التربية والتكوين علي المستويات الوطنية والجهوية والمؤسسية، وباشتراك مع الهيئات العلمية والتقنية والثقافية والمهنية المعنية، نظاماً شاملا لرصد الطلبة ذوي الامتياز ومكافأتهم وتشجيعهم طبقا للتصور الذي جاء به الميثاق الوطني للتربية والتكوين. وفي هذه الإطار وعلي غرار الأقسام التحضيرية في الرياضيات العليا والرياضيات الخاصة، نص المشرع علي ضرورة إحداث أقسام تحضيرية في الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية والبيولوجيا والقانون والاقتصاد وفتح معاهد متخصصة لتكوين المزيد من الأساتذة البارزين الذين سيدرسون في هذه الشعب.

ويلتحق بهذه الأقسام المتفوقون من الطلبة الحاصلون علي دبلوم البكالوريا (شهادة نهاية التعليم الثانوي)، ويمكن توجيههم بعد التخرج نحو مؤسسات ومسالك رفيعة المستوي تحدث بعد توفير الظروف الملائمة.

وقد صاحب ذلك زيادة الإمكانيات العامة والخاصة لدعم البحث العلمي، بتقديم إعفاءات ضريبية للشركات التي تسهم في تمويل البحث العلمي.

ز – الآلية السابعة:

إنعاش الأنشطة الرياضية: إذ تم إنشاء هيئات إقليمية للبحث والتقويم وتطوير التربية البدنية والرياضة المدرسية والجامعية، والرياضة الوطنية بصفة عامة وتضم هذه الهيئات إلي جانب قطاع التربية والتكوين، القطاعات الحكومية الأخرى المعنية (الشباب والرياضة والصحة والشؤون الاجتماعية والشؤون الثقافية)، وكذلك ممثلين عن الجمعيات والجامعات الرياضية، والمؤسسات ذات الصلة بالرياضة والصحة، والشخصيات ذات الدور الرياضي البارز علي المستوي الوطني والجهوى. وحددت مهام هذه المؤسسة في:

١- القيام بأبحاث نظرية وتطبيقية، مهنية وتقنية،

٢- تقديم الاستشارة الهادفة إلي حل المشاكل الناجمة عن ممارسة التربية البدنية والرياضية لفائدة مؤسسة التربية والتكوين والجمعيات والجامعات الرياضية،

٣- تقويم مكتسبات التعلم الرياضي والبرامج والمؤسسات، ووضع برامج واستراتيجيات بيداجوجية جديدة.

٤- السهر علي إحداث مركبات للرياضة علي الصعيد الجهوى تستعمل من قبل المؤسسات التعليمية، بما في ذلك الجامعة،

٥- الإسهام في تكوين الأطر الرياضية من مكونين ومدربين وحكام.

ح – الآلية الثامنة:

تحفيز الموارد البشرية، وإتقان تكوينها، وتحسين ظروف عملها، ومراجعة مقاييس التوظيف والتقويم.

إن تجديد الجامعة رهن بجودة عمل هيئة التدريس وإخلاصها والتزامها، ويقصد بالجودة، التكوين الأساسي الرفيع والتكوين المستمر الفعال والمستديم، والوسائل البيداجوجية الملائمة، والتقويم الدقيق للأداء البيداجوجي. ويقتضي التزام الأستاذ بفحوي وفلسفة الإصلاح احتضانه للمهمة التربوية اختيار واع وليس مهنة عادية، من هنا جاءت ضرورة تحفيز الأساتذة وتيسير ظروف مناسبة لنهوضهم بمهامهم علي أحسن وجه، ولتحسين جودة التعليم العالي لم يعد بالإمكان منذ صدور مرسوم ١٩ فبراير ١٩٩٧ أن يتحمل مسؤولية التدريس إلا من كان حاملا للدكتوراه، ولم يعد ولوج هيئة التدريس مفتوحا كما كان في السابق بل لابد من إجراء اختبارات كتابية وشفوية تبين أهلية الشخص لتولي التدريس.

أما عن التقويم والترقية فقد نص المشرع المغربي (مرسوم ١٩ فبراير ١٩٩٧) علي أنه يوجد داخل التعليم العالي ثلاثة إطارات: أستاذ تعليم عال مساعد، وأستاذ مؤهل، وأستاذ التعليم العالي، وداخل كل إطار توجد ثلاث درجات وداخل كل درجة توجد أربع رتب. يبدأ حامل الدكتوراه مشواره التعليمي كأستاذ تعليم عال مساعد. ثم يستطيع بعد ذلك أن يرشح نفسه لإطار أستاذ مؤهل عن طريق وضع ملف الترشيح للتأهيل الجامعي أمام لجنة التأهيل الجامعي التي تتكون من ثلاثة أعضاء كلهم ينتمون إلي سلك أساتذة التعليم العالي. ثم بعد ذلك يستطيع أن يترشح لإطار أستاذ التعليم العالي وذلك عن طريق منافسة وطنية للتأكد من استحقاقه.

أما الترقية فتعتمد ثلاثة معايير: الأنشطة التعليمية والبيداجوجية، أنشطة البحث، والانفتاح والتواصل مع المجتمع. وقد نص القانون علي إنشاء كادر خاص لأساتذة التعليم العالي، وذلك تحقيقا لعدة أهداف، هي:

- تدعيم الاستقلال المالي والإداري للجامعة من السلطة المركزية.
- تمكين الجامعة من منح الأساتذة المجدين تعويضات تكميلية قصد التشجيع والمنافسة من مواردها الخاصة المتأتية من أعمال البحث وتقديم الخدمات. ولقد جعل المشرع المغربي من أولي أولوياته تحفيز هيئة التعليم؛

الآلية التاسعة:

تحسين الظروف المادية والاجتماعية للطلاب، ورعاية ذوي الاحتياجات الخاصة:

الآلية العاشرة:

إقرار اللامركزية في قطاع التعليم العالي:

وقد منح القانون مجالس الجامعات الاستقلال الأكاديمي والتربوي والثقافي، وأن تنشيء وحدات ذات طابع خاص تحقق لها عوائد مادية، وأن تقوم بتسويق أنشطتها البحثية والخدمية.

الآلية الحادية عشرة: تحسين التدبير العام لنظام التربية والتكوين وتقويمه المستمر عن طريق نظام للمحاسبة والمساءلة والشفافية وترشيد الإنفاق.

الآلية الثانية عشرة: تنويع أنماط المباني والتجهيزات ومعاييرها وملاءمتها للبيئة والاستخدام الأقصى لها.

الجامعات المغربية:

وتسعي الجامعات المغربية إلي القيام بدور ملموس لتطوير ذاتها، من منطلق الدور الذي يناط بها في إعداد المعلمين والمهندسين والأطباء وغيرهم من القوي البشرية، ودورها كمراكز إقليمية للمعرفة.

وقد اهتمت الجامعات المغربية بفتح قنوات اتصال وتعاون مع السلطات المحلية والإقليمية والوطنية، وغرف التجارة، والتنظيمات الطلابية، والروابط والمؤسسات الأكاديمية، والتعاون الخاص مع الشركاء خارج المغرب.

ولذلك تبنت الجامعات المغربية ما أطلقت عليه مشروع الإصلاح Re-Form Project وبني هذا المشروع علي الخبرات التراكمية التي نتجت من عمليات الإصلاح والتطوير التي طبقتها الجامعات الأوربية، من خلال حوارات تقوم علي تبادل الاهتمامات في تطوير البرامج والمناهج وبني الدراسة وغيرها لتحقيق مخرجات تعليمية جامعية متميزة، قادرة علي دخول سوق العمل وضمان الجودة ومقاييس ومعايير الاعتراف الأكاديمي.

وتحدد هدف المشروع في إنشاء منتدى للحوار، وتبادل الخبرات والممارسات المتميزة، وتأسيس تعاون مستقبلي بين الجامعات يتم من خلال تبادل الطلاب وأعضاء هيئات التدريس. وأن يتم التركيز علي نشر الممارسات ذات الجودة، وتدريب هيئة التدريس، ونظم ضمان الجودة والاعتماد ومفاهيم ومنهجيات ملاءمة جهود الإصلاح ويعد المشروع مبادرة مشتركة مغربية أوربية، ينفذ من خلال حلقات مناقشة (سيمنارات) تعقد في المغرب وفي أوربا، بمشاركة أساتذة مغاربة مسئولين عن الإصلاح وأساتذة أوربيين ذوي خبرة في عملية الإصلاح الجامعي كل في جامعته.

وقد شاركت وزارة التعليم المغربية بفاعلية في المشروع بدءاً من الاجتماع التمهيدي له في يونيو ٢٠٠٧ حتي المؤتمر الذي عقد لرؤساء الجامعات المغربية في مايو ٢٠٠٨.

وقد تمثلت أبرز جهود الجامعات في عملية التطوير في:

١- برامج دراسية جديدة تم استحداثها لتلبية احتياجات سوق العمل، وتوفير المصادر والموارد اللازمة لتنفيذها، وإعداد خريجين يتسمون بجدارات تجعلهم قادرين على لفت أنظار المؤسسات الإنتاجية.

٢- مشروع تطوير الجامعات، في ضوء النماذج العالمية، وبخاصة منها أنماط الإصلاح التي تنفذ في دول الاتحاد الأوربي، والمعروفة باسم عملية بولونيا Bologna process .

وقد نتج عن هذا الإصلاح استحداث نظام ثلاثي الحلقات Pedagogical Three – Tired Architecture يعرف باختصار بـ LMD ، وتشير إلي درجة الليسانس Licence، وتتطلب برنامج دراسة مدته ثلاث سنوات أو ٦ فصول دراسية وألـ M تشير إلي درجة الماجستير Master وتتطلب عامين دراسيين أو أربعة فصول دراسية بعد الليسانس. والـ D تشير إلي الدرجة النهائية وهي الدكتوراه Doctorate تتطلب ثلاثة أعوام أو ٦ فصول دراسية بعد الماجستير، بإجمالي ٨ سنوات للدراسة الجامعية.

والفصل الدراسي يتكون من ١٦ أسبوعاً من الدراسة والتقويم، يمكن أن يكون عاماً أو موجها نحو التخصص.

ويقتضي تطبيق هذا النظام الجديد أن يقدم التدريب وينظم في شكل موديولات Modules ، وهي مجموعة من الدروس أو الموضوعات في مادة معينة، ويمكن أن تأخذ شكل المشروع أو الدراسة المستقلة أو العمل الميداني، أو التدريب أو الامتياز Internship . ويتكون العبء الدراسي للطالب المتفرغ من ٤ موديولات في الفصل الدراسي. ويتطلب كل موديول ٧٥ ساعة دراسة مستقلة علي الأقل. ويجب أن يجتاز الطلاب بنجاح امتحانات ثلاثة موديولات علي الأقل للنجاح في الفصل الدراسي.

ويسمح النظام الجديد للطلاب بالحركة بين البرامج الدراسية، بما يمثل مرونة في الدراسة وتعديل المسار التعليمي.

وقد بدأ تطبيق هذه الإصلاحات University LMD Reform عام ٢٠٠٤ في شكل تطبيقات استطلاعية في مجموعات من الكليات بالجامعات المغربية، بهدف جعلها متمشية مع الجامعات في العالم المتقدم وبخاصة الجامعة الأوربية كما ذكرنا.

وهي بالتالي تتيح للطلاب المزيد من المرونة في دراسة برامجهم، كما تتيح للجامعات استقلالاً أكبر في تقديم البرامج التعليمية.

وقد استلزم تطبيق هذه الإصلاحات بنية جديدة للدرجات الجامعية، تسمح بإيجاد برامج دراسية بينية Interdisciplinary، تتم من خلال نظام للساعات المعتمدة والموديولات (السالف شرحها)، يتم تقييمها خلال الفصل الدراسي الواحد وليس السنة الدراسية.

ويسمح النظام الجديد للطلاب بدراسة مقررات البرنامج الدراسي الواحد في عدة أقسام علمية وعدة مدارس أو معاهد جامعية. كما يسمح لهم بالتوقف عن متابعة الدراسة لفترة زمنية والعود مرة أخري إليها فيما بعد.

وقد أتاح هذا النظام المراجعة المستمرة للبرامج والمناهج والمقررات، وتعديلها واستحداث موضوعات أو مقررات جديدة أكثر تلبية لمتطلبات الاقتصاد الجديد، كما تسمح للطلاب أن يكونوا أكثر إيجابية في اختيار المقررات الدراسية.

وقد كان من ثمار البنية الجديدة استحداث برامج بعد البكالوريا عام ٢٠٠٣/٢٠٠٤ للدراسة للحصول علي:

أ- ليسانس الدراسات الأساسي Licence d' Etudes Fundamentals يتيح للحاصلين عليه دراسة الماجستير لمدة عامين، أو برنامج الماجستير التخصصي عامين Master Specialise.

ب- وإما الليسانس المهني Licence Professionnelle، يتيح دخول سوق العمل بعد التخرج، كما يتيح دخول برنامج الماجستير، إذا كان لدي الخريج خبرة عملية ملائمة مع اجتياز اختبار للقبول.

ويتكون كل برنامج تعليمي من ثلاث مجموعات كبري، هي:

أ- مجموعة الدراسة الرئيسية أو التخصصية Major، وتمثل ٧٠% من إجمالي العبء الدراسي.

ب- مجموعة المهارات المشتركة أو التحويلية Transferable، مثل اللغات ومهارات الاتصال والإدارة وتكنولوجيا المعلومات، وتمثل ١٥% من العبء الدراسي.

ج- مجموعة الموديولات الاختيارية، وتمثل ١٥% من العبء أو الحمل الدراسي.

وينبغي أن يقوم طلاب الماجستير بدراسة مجال علمي، يأخذ شكل (الامتياز) بالنسبة للدراسات المتخصصة، أما في الدارسات الأكاديمية، فإن الطلاب يقضون فترة زمنية في البحث العلمي أو في معهد للبحوث.

ثمة ملحوظة هامة، وهى أن أية جامعة ترغب في إنشاء برنامج جديد للماجستير، تتقدم بتفاصيل البرنامج المقترح إلي هيئة للاعتماد يوافق المجلس الوطني لتنسيق التعليم العالي عليها.

العوامل المؤثرة فى تطوير البرامج الجامعية العربية

وتذكر ليندا هيريرا Linda Herrera أن هناك عوامل تسهم في تطوير البرامج الجامعية العربية، منها التعاون العربي والتعاون مع الهيئات والدول الأجنبية، والتوجه نحو الخصخصة، وهو ما نعرض له فيما يلي:

١- التعاون العربي العربي، والعربي الأجنبي:

فقد ساعدت المنظمات بين الحكومية وغير الحكومية والدولية علي الإسراع في نجاح الجهود المختلفة في السنوات الأخيرة في مجالات عديدة جامعية شملت البحوث العلمية والتدريب وضمان الجودة والاعتماد.

ويأتي في مقدمة المنظمات النشطة اتحاد الجامعات العربية ومكتب اليونسكو الإقليمي للتعليم في البلاد العربية والمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم والبنك الدولي والمكتب الإقليمي لمنظمة الأمم المتحدة للتنمية ومكتب التربية العربي لدول الخليج والشبكة العربية للتعليم المفتوح والتعليم من بعد ومشروع جامعة الشرق الأوسط والمنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، وقد استجاب صانعو السياسة التعليمية والمربين للاحتياجات

التطويرية، وعملوا علي إنجاح برامج التعليم المفتوح والتعليم من بعد، وتم ذلك من خلال جامعات مثل جامعة القدس المفتوحة والجامعة السورية الافتراضية، ثم الجامعة العربية المفتوحة.

وقد جاءت مبادرة الجامعة العربية المفتوحة عام ١٩٩٩، التي ارتبطت برامجها بشكل خاص ببرامج الجامعة المفتوحة في المملكة المتحدة، ونفس الأمر بالنسبة للجامعة السورية الافتراضية التي تربط برامجها منذ إنشائها عام ٢٠٠٣ بالبرامج التي تقدمها جامعات أمريكا الشمالية.

٢- خصخصة التعليم العالي والجامعي:

وقد بدأ قطاع التعليم وبخاصة الجامعي والعالي منذ التسعينات التوجه نحو الخصخصة بشكل مكثف، متمشياً مع التوجه المحلي الوطني والعالمي نحو الاقتصاد الحر. وكانت الأردن في مقدمة البلاد العربية استجابة للتوجه الخاص في التعليم الجامعي بعد عودة كثير من الفلسطينيين إليها عقب قيام حرب الخليج الأولي عام ١٩٩١.

وقد أسست في حقبة التسعينات جامعة جديدة في الأردن وسبع جامعات أخري في لبنان ومصر وأخري في السودان واليمن. واهتم كثير من هذه الجامعات الخاصة الجديدة بإقامة ارتباطات قوية بالجامعات الأوربية والأمريكية والكندية.

وقد كان لهذه العلاقات الارتباطية -ولا يزال - دور واضح في ربط البرامج التعليمية التي تقدمها ببرامج الجامعات التي تقيم معها هذه العلاقات، وبخاصة عند منح شهادة مزدوجة الاعتراف من الجامعة العربية والجامعة الأوربية أو الأمريكية.

كما ساعدت الخصخصة والتوجه نحو اقتصاد السوق الحر علي تغيير الكثير من الأسس والمبادىء من التركيز علي المواطنة والقيم والمسئولية الاجتماعية إلي مراعاة اهتمامات المتعلم واحتياجات سوق العمل وكفاياته.

ويضيف جيمس كوفمان في دراسته عن التعليم العالي في الخليج العربي، الخصخصة والأمركة، أن هناك زيادة لافتة للنظر في دخول القطاع الخاص مجال الاستثمار

في التعليم العالي منذ بداية الألفية الجديدة، حيث الزيادة السكانية الكبيرة التي تتجاوز ٣%، وقيام حكومات البلاد العربية الخليجية بتركيز جهودها علي التعليم قبل الجامعي واعتماد هذه البلاد علي القوي العاملة الأجنبية، وبخاصة من ذوي الخبرات الفنية والإدارية.

ويضاف إلي ذلك حرمان الإناث من التعليم العالي وعدم سماح أسرهن بإرسالهن للدراسة في الخارج.

ومن ثم كانت الخصخصة هي الحل، بدعم رسمي من دول الخليج العربي، وكان أن خصصت دولة قطر ودولة الإمارات العربية المتحدة مدنا جامعية University Cities لجذب الجامعات الغربية، ولتكون الدولتان مقراً للتعليم الجامعي ذي الجودة والسمعة العالمية، جاذبة طلاباً من أنحاء العالم.

كما نظرت الحكومات الخليجية للخصخصة باعتبارها ضمانا لجودة التعليم الجامعي وبرامجه وارتباطها باحتياجات السوق ومجتمع المعرفة، وهو ما تفتقده الجامعات الحكومية.

وقد مثل النموذج الأمريكي المثل الأعلى، إذ تبنت الجامعات الخليجية النموذج الجامعي الأمريكي باعتباره المعيار الأوحد. وحتي الجامعات البريطانية، والاسترالية المنشأة فإنها تعمل تحت مظلة النموذج الأمريكي، وبخاصة نظم ضمان الجودة والاعتماد الأمريكية، بما يشمل معمار الجامعة وبرامج الدراسة وأعضاء هيئة التدريس، وربما اسم الجامعة أيضاً التي ترتبط بها الجامعة الخليجية؛

٣- الاتجاه نحو ضمان الجودة والاعتماد:

إذ اهتمت كثير من البلاد العربية بأنشطة فحص (النوعية)، طبقاً للتوجهات المعمول بها عالمياً من تقييم ذاتي وتقييم خارجي في ضوء مستويات معيارية محددة من قبل هيئات مختصة بضمان الجودة والاعتماد.

وقد أنشأت العديد من البلاد العربية هيئات للتقييم وضمان الجودة والاعتماد، قامت بالتعاون مع الهيئات المماثلة في الولايات المتحدة الأمريكية أو في الدول الأوروبية أو كندا أو غيرها. وتمثل هذا التعاون في وضع مستويات معيارية استناداً إلى المستويات المعيارية العالمية، كما قامت بوضع نظم الدراسة الذاتية والمراجعة أو التقييم الخارجي.

وقد شملت عمليات ضمان الجودة والاعتماد المؤسسات التعليمية الجامعية ككل، كلية أو جامعة، وتضمن ذلك ضمان جودة البرامج والمناهج والمواد الدراسية المقدمة وطرق تعليمها وتعلمها، والمدخلات الخاصة بها.

وبدأت عمليات ضمان الجودة – ربما قبل إنشاء الهيئات الوطنية- بالتعاون مع هيئات أجنبية من أمثلتها تقييم برامج علم الحاسوب في إطار المشروع الذي أشرف عليه المكتب الإقليمي العربي التابع لبرنامج المم المتحدة الإنمائي UNDP والمسمي : مشروع تطوير الأداء النوعي ورفع كفاءة التخطيط المؤسسي في الجامعات العربية.

وقد اعتمد التقييم علي صيغة معدلة لمنهجية وكالة ضمان الجودة QAA البريطانية، كما تم اختيار ١٥ جامعة عربية، هي جامعة الملك محمد الخامس (المغرب)، وجامعة الأخوين (خاصة، المغرب)، وجامعة حلوان (مصر)، والجامعة الأردنية، (الأردن)، وجامعة الزرقاء الأهلية (الأردن)، وجامعة غزة الإسلامية (فلسطين)، وجامعة البوليتكنيك (فلسطين)، وجامعة دمشق (سوريا)، والجامعة اللبنانية (لبنان)، وجامعة صنعاء (اليمن)، وجامع الغلوم والتكنولوجيا (خاصة اليمن)، وجامعة البحرين (البحرين) وجامعة عجمان (خاصة، الإمارات العربية).

وتم تعيين منسقي الجامعات وممثليها، وتدريب فرق الجامعات علي التقييم الذاتي، وإجراء التقييم الذاتي وتقديم تقاريره، وتشكيل فرق المراجعة الخارجية من خبراء وكالة ضمان الجودة البريطانية وخبراء عرب (تم اختيارهم وتدريبهم)، ثم إتمام المراجعة الخارجية، ووضع تقرير نهائي عن كل برنامج.

وقد أبرز تقرير الـ UNDP- فيما يتعلق بالبرامج الأكاديمية والمناهج – أن أهداف العديد من البرامج غير واضحة بشكل كاف، وهو ما يؤدي إلي عدم الدقة في تحديد نواتج التعلم المقصودة، كما يؤدي إلي تعريف ضعيف لمحتوي المناهج وما تتضمنه من مواد ومقررات دراسية.

وأن طرق تقييم الطلاب (الاختبارات) تفتقر أحيانا إلي العمل والتحدي وتعتمد علي أسئلة مبسطة، وأسئلة تتطلب استرجاعاً للوقائع.

هذا فضلاً عن أوجه قصور أخري بالنسبة للمكتبات وطرق التعليم والتعلم، وأعضاء هيئة التدريس كزيادة أعبائهم التدريسية وندرة الأساتذة ونقص تدريبهم علي تقنيات التدريس الحديثة، وبدأت كثير من الجامعات المشاركة في تطوير برامجها التعليمية بعد صدور هذا التقرير.

٤- اهتمام البلاد العربية بتطوير جامعاتها:

إذ اهتمت معظم البلاد العربية بوضع استراتيجيات لتطوير التعليم بعامة وتطوير التعليم العالي وفي مقدمته الجامعات بخاصة. وشملت هذه الاستراتيجيات والأنشطة التنفيذية التنمية المهنية لأعضاء هيئة التدريس، وتطوير البرامج والمناهج، وتطوير نظم التقويم، وتطوير مهارات الطلاب وتطوير الإدارة والبنية الأساسية من مبان ومعامل ومكتبات.

وقد قامت جامعات عربية عديدة بتعديل وتطوير الخطط الدراسية ولوائح الكليات الجامعية في العديد من التخصصات، والمواءمة بين محتوي البرامج والمناهج واحتياجات سوق العمل، ومواكبة التغيرات العلمية، والتكنولوجية فضلاً عن استحداث برامج مشتركة مع جامعات أوربية وأمريكية، من خلال منح درجات علمية وطنية وأجنبية في نفس الوقت.

كما أنشأت بعض الدول والجامعات مراكز لمصادر للمعلومات كأساس لنجاح البرامج التعليمية، وطور بعضها طرق التعليم والتعليم.

وظهر ذلك بشكل واضح في الجامعات الخاصة الأجنبية أكثر من الجامعات الحكومية، أو بعض الجامعات الخاصة الوطنية غير المرتبطة بجامعات من دول متقدمة، ومن ذلك الجامعة الفرنسية والجامعة البريطانية في مصر وغيرها.

آليات وأسس تطوير برامج التعليم الجامعي في بعض مناطق العالم المتقدم:

صورة عامة:

شهد العقد الأخير من القرن العشرين تغيرات راديكالية في البيئة الكونية، أثرت بشدة علي دور ووظائف وشكل وعمليات نظم التعليم العالي في كل أنحاء العالم ويبين الجدول الآتي بعض هذه الاتجاهات وما تقدمه من فرص أو تهديدات.

جدول رقم (٧)

***الفرص والتهديدات الناتجة عن تغير البيئة الكونية (*)**

عوامل التغيير	الفرص	التهديدات
الدور المتزايد للمعرفة	- إمكان حدوث قفزات في بعض مجالات مختارة للنمو الأقتصادي. - حل مشكلات اجتماعية (الأمن الغذائي- الصحة- توفير المياه – الطاقة – البيئة).	- زيادة الفجوة المعرفية بين الأمم.
ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.	- الإتاحة السهلة للمعلومات والمعرفة.	- زيادة الفجوات الرقمية بين الأمم وداخل كل منها.
سوق العمل الكوكبي	- الاتاحة السهلة للخبرات والمهارات والمعرفة المتضمنة واللازمة للمهن.	- زيادة نزيف العقول وفقدا راس المال البشري.
التغير السياسي والاجتماعي - انتشار الديمقراطي - العنف والفساد والجريمة	- بيئة إيجابية داعمة للإصلاح	- زيادة نزيف الأدمغة البشرية وعدم الاستقرار السياسي. - فقد الموارد البشرية.

(*) The World Bank: Constructing Knowledge Societies: New Challenges For Tertiary Education – Washington, D.C.-2002. P.8.

التغييرات العالمية المؤثرة

يظهر من الجدول أنه من بين التغييرات المؤثرة: زيادة أهميـــة المعرفـــة كقـــاطرة أو محرك للنمو في سياق الاقتصاد الكوكبي، وثورة المعلومات والاتصالات، وظهور سوق عمل علي اتساع العالمي، والتحولات الاجتماعية السياسية.

١- المعرفة كأساس رئيسي للتنمية والتقدم:

ويتمثل دور المعرفة في تحقيق التقدم في قدرة المجتمع علي إنتاج واختيار وتطويع المعرفة والتجارة فيها واستخدامها من أجل نمو اقتصادي مستمر. وقد صارت المعرفة العامل الأكثر أهمية في التقدم الاقتصادي.

وقد بينت دراسة هامة لمنظمة التعاون الاقتصادي الأوربـــي OECD أن معـــدلات النمو والتنمية علي المدى الطويل تعتمد علي امتلاك قاعدة معرفية والتوسع فيهـــا باســـتمرار وأيد تقرير التنمية الدولية ذلك بأن الاقتصادات المتقدمة تكنولوجيا تقوم علي قاعـــدة معرفيـــة حقيقية. ويدعم ذلك كله أن المعرفة المتقدمة تخلق ملايين فرص عمل ووظائف مرتبطة بها.

هذا فضلاً عن أن القيمة المضافة للنمو الحقيقي في الصناعات القائمة علي المعرفة قد أدت إلي طفرات هائلة في معدلات النمو في الكثير من البلاد المتقدمـــة، ومنهـــا الـــبلاد الأوربية والآسيوية والأمريكية، كما أن عملية العولمة قد أدت إلي تسريع هذا الاتجاه، علـــي أساس أن المعرفة هي جوهر الميزة التنافسية للدول. وكذلك فإن النمـــو الاقتصــــادي تـــراكم معرفي لرأس المال.

وقد بينت دراسة البنك الدولي أن ثمة فروقاً هائلة بين غانا وكوريا الجنوبية مردهـــا إلي المعرفة كعامل حاسم في هذه الفروق في الدخل بين الدول، إذ إن اقتصاد كوريا الجنوبية اقتصاد قائم علي المعرفة.

وترد الدراسة التقدم الهائل لكوريا الجنوبية اقتصادياً إلي التعليم العالي، حيث شـــهد هذا التعليم سياسات وممارسات أسهمت في النمو الكبير. وقد مر ذلك بأربع مراحل، هي:

- المرحلة الأولي في الخمسينات، وتمثلت في التوسع في المؤسسات العامة للتعليم العالي بتكلفة تعادل ٣٠% من الميزانية.
- المرحلة الثانية في الستينات، وتمثلت في تشجيع إنشاء مؤسسات التعليم العالي الخاص.
- المرحلة الثالثة في السبعينات والثمانينات، وشهدت توسعاً في التعليم الهندسي والتقني لتلبية الطلب علي القوي البشرية.
- المرحلة الرابعة في التسعينات، وتم التركيز فيها علي الجودة، وتعظيم قدرات البحث والتطوير، والمحاسبة، وإعادة النظر في القواعد والإجراءات، والتمويل علي أساس الأداء.

وتعكس المراحل الأربعة اهتماماً بتدعيم التعليم العالي وبرامجه بعامة، أما المرحلة الثالثة تظهر اهتماماً أكبر ببرامج تعليم الهندسة والتكنولوجيا، وأما المرحلة الرابعة فإنها تؤكد علي المبادىء الحاكمة في تطوير التعليم العالي وبرامجه ابتداء من الجودة وانتهاء بالأداء والمخرجات.

٢- ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

وتعتبر ثورة تكنولوجيات المعلومات والاتصالات البعد الأساسي للتقدم العلمي والتكنولوجي ذي التأثير القوي علي التعليم العالي وبرامجه، ذلك أن التجديدات والمستحدثات في المعلومات والاتصالات قد أحدثت تغيرات ثورية في القدرة علي تخزين ونقل وإتاحة واستخدام المعلومات. وساعد التقدم السريع في تكنولوجيات الإلكترونيات والأقمار الصناعية والاتصالات علي السماح بانتقال وتبادل المعلومات بقدرات عالية وأسعار أرخص.

كما ساعد التقدم المتسارع في التكنولوجيا علي إتاحة المعرفة كمتطلب أساسي للمشاركة والانخراط الفاعل في الاقتصاد الكوني، وأدي إلي التغير السريع في الإنتاج واستخدام وتوزيع المعرفة، يظهر في زيادة نشر البحوث العلمية والإفادة من نتائجها.

ولذلك فإن التوظيف الجيد والفعال لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في التعليم العالي يعد ذا أهمية كبري، لأنه ييسر عملية الإدارة ومهامها ويفعل دورها، كما يؤدي إلي رفع درجات الكفاءة والفاعلية للنظم والمؤسسات التعليمية، ويوسع فرص إتاحة التعليم العالي وتحسين جودة برامجه وعمليات التعليم والتعلم. بجانب توسيع الإتاحة داخل أحرام الجامعات وخارجها في أنحاء الدولة، بل وكونيا أيضا.

وقد نتج عن التقدم في هذه التكنولوجيات خلق تحديات جديدة، منها تكامل تكنولوجيات الاتصالات والمعلومات في نظم التعليم العالي ومؤسساته، وضمان أن التكنولوجيات ذات دور كوكيل أو وسيط لتوسيع الإتاحة والمساواة وزيادة الفرص التعليمية العالية. وقد بينت دراسات عديدة في الولايات المتحدة الأمريكية، وهي أكبر دولة في تبني التوسع وانتشار التكنولوجيا الدور الذي أسهمت فيه في سد فجوات المساواة في التعليم وتطوير محتوي البرامج الأكاديمية وطرق تعليمها وتعلمها.

٣- سوق العمل الكوكبي:

وقد يسرت العولمة، وانخفاض تكلفة الاتصالات وفتح الحدود السياسية الحركة المتزايدة للقوي البشرية الماهرة، كما قادت إلي نشأة سوق عولمي لتطوير رأس المال البشري الذي يعتبر خريجو التعليم العالي أكثر القوي العاملة المطلوبة للمشاركة فيه.

ومن ناحية أخري فإن سوق العمل في القرن ٢١ بالدول الأكثر تقدما والأغنى سوف يجتذب العقول الأفضل إعداداً وتدريباً بطرق مختلفة، منها السياسات الفعالية للأنشطة البحثية والتطويرية، والاستثمار المتزايد، والتدريب المتقدم وفرص البحوث علي مستوي الدراسات العليا.

وقد زادت دول الاتحاد الأوربي استثماراتها في البحث والتطوير في القطاعات القائمة علي المعرفة. وهكذا تخلق فرص التوظف للمتخرجين الذين تلقوا تدريباً عالياً، كما أن أكثر من ٢٥% من طلاب العلوم والهندسة في الجامعات الأمريكية وبخاصة في الدراسات

العليا يأتون من بلاد أخري ويتراوح عددهم بين ٥٠- ١٠٠ ألف دارس يدخلون سوق العمل في المجالات المتقدمة للاستثمار. وهؤلاء الطلاب عادة يتلقون تعليمهم بالدرجة الجامعية الأولي في بلادهم الأصلية مما لا يكلف الدول التي تجتذبهم للدراسات العليا بها وتدخلهم سوق العمل كلفة كبيرة.

ويبين الحراك المتزايد دوليا للموارد البشرية ذات المهارات المتقدمة أن ثمة آثاراً إيجابية وأخري سلبية علي الدول في كل مستويات التقدم.

٤- التغير السياسي والاجتماعي:

ويشهد العالم كله تغيرات سريعة ليس فقط في المجالات الاقتصادية والعلمية والتكنولوجية ولكن أيضا في الفعاليات السياسية والاقتصادية. ومن أبرز هذه التغيرات انهيار الاتحاد السوفيتي والثورة السياسية في إفريقيا والحقوق المدنية في أمريكا اللاتينية وغير ذلك. ولعله من أبرز نتائج هذه التغيرات الانتقال إلي الديمقراطية في أجزاء عديدة من العالم والاهتمام بقضايا التنمية السياسية في مجالات الحوكمة والمحاسبة وتزايد الوعي بحقوق الإنسان، والنمو المتزايد لمنظمات المجتمع المدني.

وقد تأثرت مؤسسات التعليم العالي بهذه التغيرات الحادثة حولها، الأمر الذي جعلها ذات أهمية في تقليل الفاقد والتغلب علي التهديدات، وإعداد رأس المال البشري المطلوب للحفاظ علي – وتعظيم – أداء الدولة اقتصادياً وسياسياً وثقافياً وتحقيق التقدم، وإعداد المعلمين والمتخصصين في القطاع الصحي والطبي، من خلال برامج أكاديمية ذات جودة مرتبطة بالاحتياجات المحلية والوطنية والعالمية، وطرق تعليم تنمي المهارات والقدرات، ونظم تقويم تساعد علي تحسين الأداء والتأكد من تحقيق أهداف هذه البرامج.

وتدفع هذه العوامل السابقة جميعها مؤسسات التعليم العالي كلها، وفي المقدمة منها الجامعات، وبخاصة برامجها الأكاديمية إلي البحث عن أنماط فاعلة من المخرجات، تمتلك مهارات متقدمة ومعارف جديدة، وقيما سياسية متحررة، يبينها الجدول الآتي:

جدول رقم (٨)

تطوير نظم التعليم العالي وبرامجه الأكاديمية (المحتوي والبيداجوجيا) (*)

المخرجات المرغوبة	تغير الحاجات التعليمية - والتدريبية	تغير مجال التعليم العالي	تغير أشكال العمليات والمنظمات
- رأس مال بشري متقدم	الطلب علي المهارات العالية.	ظهور مقدمين جدد للخدمة	بيداجوجيا أكثر تفاعلا مع التركيز علي التعلم.
- معرفة جديدة	مهارات منهجية وتحليلية	نمو تعليم بلا حدود	برامج للتعليم المستمر والتعلم مدي الحياة.
- تطويع المعرفة الكوكبية لحل المشكلات المحلية.	الطلب علي درجات ومؤهلات معترف بها عالمياً.	———	- اعتماد متزايد علي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المعرفة البيداجوجية وأغراض الإدارة. - تخصصات بينية ومتعددة وعبر التخصصات.
قيم الديمقراطية واتجاهات ومعايير ثقافية.	———	———	- البعد الإنساني للتربية والتعليم - المرونة والتكيف.

(*) The World Bank – OP. Cit., P. 42.

ويظهر من الجدول أن ثمة تحولاً جوهرياً مطلوباً في برامج التعليم الجامعي من ناحية محتواها وبيداجوجيتها، وقبلها أهدافها ومخرجاتها المتوقعة، يرتبط بالتكنولوجيا الجديدة للتعليم وضغوط سوق العمل.

الهيئات الداعمة للتطوير

ساعدت التغيرات التي أحاطت بالجامعات علي خلق مناخ وضغوط عليها للتطوير الشامل غالباً، وتطوير برامجها الأكاديمية أهدافا ومحتوي ومخرجات ومصادر للتعلم وأنشطة وعمليات تقييم ومراجعة. وقد أظهرت الدراسة أن هناك هيئات تدعم هذا التطوير وآليات تحقيقه في الدول المتقدمة في أمريكا الشمالية وأوروبا وآسيا، يمكن عرضها بإيجاز فيما يلي:

أ- التنظيمات السياسية والتعليمية المركزية:

وقد يمكن القول بأن الاتحاد الأوربي يقدم النموذج علي دور التنظيمات السياسية والتعليمية المركزية في وضع أسس هيكلة التعليم العالي، وتوجيهه لتحقيق الحراك وزيادة التنافسية وإعداد المواطنين للتوظف، وتحقيق التقارب والمواطنة الأوربية.

وقد نص إعلان السوربون Sorbonne Declaration في ٢٥ مايو ١٩٩٨ علي التأكيد علي الدور المركزي للجامعات في تطوير أبعاد ثقافية أوربية وإنشاء مجال أوربي للتعليم العالي كطريق رئيسي لتحقيق حراك للمواطنين وقابليتهم للتوظف وتقدم القارة الأوربية ككل. وقد قبلت كثير من الدول الأوربية الدعوة بالالتزام بتحقيق هذه الأهداف، وتبع ذلك تنفيذ إصلاحات في الجامعات الأوربية بموافقة حكوماتها.

وتوج هذا التوجه بعملية بولونيا Bologna Process في ١٩ يونيو ١٩٩٩ لإنشاء منطقة أو مجال أوربي للتعليم العالي بحلول عام ٢٠١٠، ووقعت علي الإعلان ٢٩ دولة أوربية وقتها، بلغت الآن ٤٥ دولة، بما فيها روسيا الاتحادية.

وقد نص الإعلان علي الاعتراف الفوري بأوربا المعرفة كعامل غير مقيد بالمكان للنمو الاجتماعي والإنساني، قادر علي منح مواطنيه الجدارات الأساسية لمواجهة تحديات الألفية مع الوعي بالقيم المشتركة، والانتماء إلي مجال اجتماعي وثقافي عام. وأن للتعليم أهمية كما للتعاون التربوي والتعليمي أهميته أيضا في تطوير وتقوية الاستقرار والإقرار بمجتمعات آمنة وديمقراطية كطلب عالمي.

وقد تضمن إعلان بولونيا العديد من المبادىء الأساسية لتحقيق وإنشاء المجال الأوربي للتعليمي العالي، من أهمها:

أ- تبني نظاما مقارنا وسهل الفهم للدرجات العلمية، من أجل تكوين مواطن أوربي قادر علي دخول سوق العمل والتوظف من ناحية، وإنشاء نظام للتعليم العالي الأوربي قادر علي المنافسة العالمية.

ب- تبني نظاما يبني أساسياً علي حلقتين رئيسيتين، هما المرحلة الجامعية الأولي والدراسات العليا. وأن يكون الالتحاق بالدراسات العليا لمن يكمل بنجاح المرحلة الأولي بدراسة لمدة ٣ سنوات، تؤهل أيضا الخريج لسوق العمل الأوربي كمستوي ملائم من التأهيل. وأن تؤدي المرحلة الثانية إلي درجتي الماجستير والدكتوراه.

ج- إنشاء نظام من الساعات المكتسبة كوسيلة لتحقيق الحراك الطلابي، وأن يتاح أيضا تحصيل متطلبات هذه الساعات خارج التعليم العالي من خلال التعلم مدي الحياة الذي تقدمه هيئات معترف بها من الجامعات.

د- تحقيق الحراك وترقيته بالتغلب علي العقبات بالممارسة الفعالة لتحقيق الحركة الحرة، مع اهتمام أكبر إلي:

* الطلاب، بإتاحة فرص الدراسة والتدريب والخدمات المتصلة بها.
* للمعلمين والباحثين والإداريين، بالاعتراف بالمدد التي يقضونها في التدريس والتدريب والبحث دون جور علي حقوقهم.

هـ - ترقية التعاون الأوربي لضمان الجودة، مع النظر إلي تطوير معايير قياسية ومنهجيات للجودة.

و- ترقية الأبعاد الأوربية اللازمة في التعليم العالي، وبخاصة تطوير البرامج والمناهج، والتعاون بين المؤسسات، ومشروعات الحراك والبرامج الدراسية المتكاملة والتدريب والبحث.

ب- وزارات وأقسام التعليم العالي علي المستويين الفيدرالي والإقليمي أو المحلي:

ومهما يكن نظام الإدارة التعليمية الجامعية المتبع في الدولة مركزياً أو لا مركزي يظل هناك دور للوزارات الفيدرالية للتعليم العالي، والوزارات أو الهيئات المسئولة عن التعليم في الولايات والمقاطعات.

ويظهر دور وزارة التعليم في الولايات المتحدة الأمريكية، في تطوير التعليم العالي وبخاصة منه التعليم الجامعي بما فيه برامجه الأكاديمية، من خلال عدة إدارات أو مكاتب مثل مكتب التعليم بعد الثانوي، والمجلس القومي لصندوق تحسين التعليم بعد الثانوي وغيرهما.

وقد تمحور دور الوزارة الفيدرالية في وضع الخطط الاستراتيجية للتعليم، تتضمن أهدافا استراتيجية للتعليم كله كنسق متكامل. وأن يكون من بينها أهداف عن إتاحة الفرص للجميع للالتحاق بالتعليم بعد الثانوي والتعلم مدي الحياة، وتقديم الدعم المادي والخدمات للراغبين في دخول هذا التعليم، وإدارة البرامج الأكاديمية ومحتواها وتدريسها في إطار الجودة وما يرضي المستفيدين منها.

كما حدد مجلس وزراء التعليم في كندا أسس تطوير الجامعات وبرامجها الأكاديمية من عدة اتجاهات، منها تحسين نظم اختيار أعضاء هيئة التدريس وتنميتهم مهنيا وتحسين البنية الأساسية، وفي نفس السياق اهتم منتدى وزراء سوق العمل في كندا بتطوير البرامج الأكاديمية، وبخاصة تلك البرامج التي تؤهل لدخول سوق العمل في الألفية الثالثة، وتقوم مجالس أو أقسام التعليم في الولايات الأمريكية بدورها، من خلال آليات متنوعة كوضع السياسات التعليمية ومراقبة تنفيذها.

وغالبا ما يتبع أو ينبثق عن هذه المجالس ، هيئات لتنسيق التعليم العالي علي مستوي الولاية تضع خططاً لتطوير التعليم العالي، منها تلك الخطة التي وضعها مجلس تنسيق التعليم العالي في ولاية تكساس، بعنوان: سد الفجوة بحلول عام ٢٠١٥ Closing the Gap by 2015 تناولت تطوير البرامج الأكاديمية.

جـ- الجامعات، من خلال مجالسها الأكاديمية:

إذ إنه إذا كان منوطا بالجامعة قيادة التقدم في بيئتها، فإنها من الطبيعي أن تكون نموذجاً لهذا المجتمع تقود مجالسها عمليات التطوير الداخلي بها، وفي المقدمة منها البرامج الأكاديمية والبحث العلمي لتأهيل طلابها إلي سوق عمل يتسم بالمنافسات القوية وربما الشرسة مع زيادة معدلات البطالة عالمياً، وبخاصة مع بروز عوامل وقوي ضاغطة.

ولذلك فقد أنشأت العديد من الجامعات إدارات أو وحدات أو لجانا للتخطيط الاستراتيجي كآلية للتطوير. وقد رأينا أن كثيرا من الجامعات الأمريكية قد وضعت خططا

استراتيجية للجامعة كلها لتكون (جامعة مستقبل) وألزمت نفسها ببرامج طموحة للتنفيذ لتحقيق الرؤية.

كما تقوم الأقسام العلمية بتطوير محتوي المواد الدراسية والبرامج أيضا، ومن أمثلة ذلك قيام أعضاء هيئة التدريس بالجامعات الإندونيسية ممن درسوا بالولايات المتحدة الأمريكية بإصلاح التعليم بجامعاتهم معتمدين علي خبراتهم ودراساتهم عن واقع جامعاتهم.

وقد طورت الجامعات اليابانية نفسها وتقدم الكثير منها للحصول علي الاعتماد، وتمكن ٧٥% منها من ذلك.

وتقوم الجامعات أيضا بعمليات تطوير البرامج الأكاديمية من خلال آليات أخري منها المشروعات التي تمولها هيئات داخلية وأجنبية مثل البنك الإسلامي لتطوير الجامعات الإسلامية والتمبس TEMPUS الذي يموله الاتحاد الأوربي وهو آلية تنافسية للتطوير. هذا فضلاً عن صناديق تمويل التطوير الجامعي بالجامعات.

د- هيئات ضمان الجودة والاعتماد:

وقد شملت (حركة) الجودة معظم بلاد العالم، وصار إنشاء هيئات حكومية أو أهلية تطوعية لضمان جودة التعليم العالي وبرامجه مطلباً حكومياً وشعبياً للترخيص للجامعات والمعاهد قبل افتتاحها، واعتماد القائم منها بعد تقويمه بمعرفة فرق تعينها الهيئات الخاصة بضمان الجودة.

كما أن هذه الهيئات نفسها تعتمد من قبل هيئات أعلي أو تنظيمات حكومية مركزية وإقليمية، ويرخص لها بالعمل لعدد محدد من السنوات.

وتقوم هذه الهيئات باعتماد الجامعات إما اعتماداً مؤسسيا شاملا لكافة الأنساق بما فيها البرامج الأكاديمية ومدخلاتها ومخرجاتها، وإما اعتماداً برنامجياً لبرنامج أكاديمي واحد أو أكثر.

وتتنوع هذه الهيئات في الولايات المتحدة الأمريكية، فهناك هيئات إقليمية ست تعتمد المدارس والجامعات علي أساس إقليمي، وهناك هيئات أو روابط متخصصة لاعتماد البرامج الأكاديمية مثل الرابطة الأمريكية لعلم النفس APA وغيرها.

وتقوم هيئات ضمان الجودة والاعتماد بعدة إجراءات وعمليات لتحقيق رسالتها، منها:

أ- وضع مستويات معيارية للجودة، تشمل الإدارة والبرامج الأكاديمية والبحث العلمي وأعضاء هيئة التدريس ومصادر التعلم والمباني والطلاب والمشاركة المجتمعية.

ب- وضع أسس الدراسة الذاتية التي تقوم بها الجامعات، وتراجعها بعد تسلمها.

ج- الزيارات الخارجية التقويمية للجامعات.

د- إصدار قرارات الاعتماد.

هـ- المتابعات الدورية للأداء.

و- نشر ثقافة الجودة والاعتماد.

وتهتم هذه الهيئات بمستوي الأداء، ووجود آليات دائمة للتطوير البرنامجي والمؤسسي.

وهناك الوكالة الوطنية لضمان الجودة في اليابان، ومنظمة التقييم والتقويم في تايوان، كما أن هناك وكالة ضمان الجودة في المملكة المتحدة. كما أسست الشبكة الأوربية لضمان الجودة ENQA، وتقوم بالتنسيق بين هيئات ضمان الجودة والاعتماد وتبادل الخبرات وغير ذلك.

وقد تبع إعلان بولونيا إنشاء European Consortium For Accreditation in Higher Education (ECA) من قبل ١٣ هيئة لضمان الجودة في ٨ دول أوربية، وتمثلت مهمته في تحقيق الاعتراف المتبادل بأي قرار بالاعتماد، ويوجد كذلك بالولايات المتحدة الأمريكية مجلس اعتماد التعليم العالي CHEA، الذي تضمنت عضويته هيئات أمريكية وكندية وغيرها.

٥- الجمعيات العلمية وروابط الخريجين:

وتهتم البلاد المتقدمة بدور المنظمات غير الحكومية والأهلية في التطوير المجتمعي بشكل عام، بما فيه تطوير التعليم بكافة مراحله، وهذه المنظمات ليست كالمنظمات الأهلية بالدول النامية ذات دور هامشي أو مهمش، يضيق عليها الخناق، وتتبع هيئات أو وزارات لا صلة لها بنشاطها العلمي والتطويري. وتعتبر الروابط العلمية الأمريكية والكندية والأوربية نماذج لهذه الهيئات، مثل الرابطة الأمريكية لعلم النفس، وهي رابطة حددت رسالتها في تقدم علم النفس كمهنة وعلم وتطوير البحث العلمي السيكولوجي.

ويقع ضمن مهام الرابطة وضع مستويات معيارية للبرامج الأكاديمية التي تقدمها الجامعات والمعاهد علي مستوي الدرجة الجامعية الأولي والدراسات العليا، وتقوم بمراجعة هذه البرامج، وإصدار أسس تطويرها ومتابعة الأداء في الهيئات الأعضاء.

أسس تطوير التعليم في الجامعات العربية وآلياته:

يشهد العالم المتقدم تغيرات جذرية في التعليم العالي والجامعي خاصة، طالت، إن لم تكن بدأت ببرامجه التعليمية الأكاديمية علي مستوي البكالوريوس والدراسات العليا، انطلاقا من دوره في التنمية المستدامة، واستجابة للتغيرات والتحديات المتنوعة التي يواجهها العالم.

ونظراً لما تواجهه البلاد العربية من تحديات ، في مقدمتها تحدي البقاء ومقاومة التفتيت والصراعات، والبطالة المتزايدة وبطء معدلات التنمية، يتحتم تطوير التعليم كنظام متكامل يتضمن التعليم العالي قاطرة التقدم.

وإذا كان التعليم العالي في العقود الأخيرة من القرن العشرين قد شهد توسعات كمية هائلة في كل البلاد العربية تقريباً، فإنها قد جاءت علي حساب الجودة والنوعية، إلي درجة تعالت معها الشكوى من تدني مستوي مخرجاته وحاجته إلي التطوير الشامل، وما يتطلبه ذلك من زيادة المخصصات المالية في زمن الأزمات الاقتصادية.

ويمكن إرجاع هذا التوسع الكمي إلي عدة عوامل، منها الزيادة والنمو السكاني، وزيادة معدلات الالتحاق في التعليم قبل الجامعي، بما يعني زيادة في مخرجاته طالبي دخول الجامعة، والنمو الاقتصادي الذي حدث في كثير من البلاد نتيجة ارتفاع اسعار البترول في بعضها وخطط التنمية الاقتصادية، فضلاً عن تحرر البلاد العربية من الاستعمار وحصولها علي الاستقلال ورغبتها في تعويض حرمان أبنائها من التعليم.

ورغم هذا التوسع الكمي فإن ثمة عدم مساواة (أو ضعف تكافؤ الفرص) في إتاحة التعليم العالي في بعض البلاد العربية وبين البلاد العربية بعضها البعض، وهو ما أطلق عليه فجوة التعليم العالي Higher Education Gap ، ويندرج تحت هذه الفجوة انخفاض نسب مشاركات النساء في التعليم العالي، ربما لظروف العادات والتقاليد والتزمت في الريف غالباً والأماكن النائية وشديدة الفقر كذلك.

كما لوحظ من كثير من الدراسات والبحوث ضعف ارتباط برامجه باحتياجات التنمية ومتطلبات سوق العمل، وارتفاع معدلات البطالة التي يواجهها خريجوه لتدني مستوي كفاياتهم في عصر التكنولوجيا، في استخدام التكنولوجيا واللغات الأجنبية، وتركيز برامجه علي التنظير وإهمال التطبيق. ولم يقابل التوسع الكمي في الالتحاق بالتعليم العالي توفير التمويل اللازم لهذا التوسع وزيادة الموارد والمصادر ودعم البني التحتية الأساسية، وضعف المشاركة المجتمعية له. ولذلك أهملت المعامل والمختبرات والمكتبات رغم ضرورتها في تقديم برامج تعليمية ذات جودة.

هذا فضلاً عن الشكوى المستمرة من مستوي أعضاء هيئة التدريس بعد انخفاض عدد المبتعثين إلي البلاد المتقدمة، وبخاصة في البلاد العربية التي تواجه مشكلات اقتصادية. ويضاف إلي ذلك هجرة – أو عدم عودة الكفاءات العلمية، وبخاصة في التخصصات العلمية النادرة، وهو ما يقع تحت بند نزيف العقول البشرية، إذ إن أوطانهم لا تلبي طموحاتهم، ربما لضعف الإمكانات، وما يلقونه من ترحيب خارجي وإغراء كبير إما للهجرة وإما للبقاء لمن هم أصلا في بعثات خارجية.

وكثير من البلاد العربية قد رأت الاعتماد علي رأس المال الخاص لسد فجوة التعليم العالي، ونفض بعضها يده من بعض إن لم يكن الكثير من مسئولياته تجاه هذا التعليم، وتمثل هذا كله في سياسة مفادها تخلي الدولة عن أمر تمويل الجامعات، بالتعلل ببطالـــة خريجيـــه، وزيادة نسب الالتحاق به، والادعاء بحاجة سوق العمل إلي خريجي التعليم الفني المتوســـط، المهمل أصلاً، وأن من يريد الالتحاق بالتعليم الجامعي عليه أن يتحمل تكلفته، وأنه (استثمار) بمفهوم أن يكون له عائد، وليس بمفهوم أنه يحقق عوائد مالية واجتماعية وتنموية وأنه أساس التنمية والتقدم، وتعزيز القدرة التنافسية للمجتمع، وبخاصة في البلاد التي تمتلك قوي بشـــرية مع شح الموارد الطبيعية.

ثمة مجموعة من المبادىء والأسس العامة التي توجه تطوير التعلـــيم الجـــامعي وبرامجه الأكاديمية تقوم علي تحديد رسالة التعليم الجامعي فيما يلي:

(١) تتحدد رسالة الجامعة في قيادة التنمية البشرية المستدامة، وتنمية المجتمع كله، من خلال:

أ- تقديم برامج أكاديمية متطورة تتيح للطلاب امتلاك الكفايات المتقدمة، وإعدادهم للمواطنة المستنيرة.

ب- تقديم برامج للتنمية المهنية بما فيها التدريب، الـــذي يمـــزج بـــين المعرفـــة المتقدمـــة والمهارات.

ج- تقديم برامج عليا وبرامج للتعلم مدي الحياة، تتسم بالمرونة وتتيح فرص الاختيار وتساعد علي إيجاد حراك اجتماعي ومهني.

د- إنشاء برامج أكاديمية، وخلق فرص بحثية تنتج المعرفة وتنميها وتنشرها، وتساعد علـــي تقدم المجتمع وترقيته.

(٢) تعمل الجامعات علي تحقيق المواءمة Relevance، بما تعنيه من:

أ- تلبية برامجها التعليمية وأنشطتها البحثية لما يتوقعه المجتمع منها، وأن تكيفها وتطورهـــا لتلبية احتياجاته الآنية والمستقبلة، وبما يساعد المجتمع علي النمو.

ب- تلبية البرامج الأكاديمية التعليمية والبحثية لمتطلبات البيئة وحمايتها وحل مشكلاتها.

ج- إسهام هذه البرامج التعليمية والبحثية في ترقية التعليم قبل الجامعي بأنواعه ومراحله وبخاصة التعليم الثانوي، الذي تعتبر مخرجاته مدخلات الجامعات ومؤسسات التعليم العالي الأخرى.

د- تلبية البرامج التعليمية لاحتياجات سوق العمل، وأن تمتلك مخرجاته الكفايات التي يتطلبها عالم العمل في عصر المعرفة والتكنولوجيا، باعتبارهم (قوة عقل مفكرة). وقد يتطلب ذلك أيضا تطوير سوق العمل الراهن.

هـ- إتاحة البرامج التعليمية المقدمة للفرص أمام أبناء المجتمع للتعلم المستمر مدي الحياة.

و- عصرنة البرامج التعليمية الأكاديمية، بما يتيح فرص تطوير الحياة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، وتوسيع فرص استخدامات التكنولوجيا.

ز- اعتماد برامج ومناهج تعليمية مرنة كأُطر تنظيمية للدراسة والتعليم، وترقية نظام الإرشاد التربوي والأكاديمي.

ح- إتاحة فرص البحث والاستقصاء كمكون أساسي من مكونات البرامج الأكاديمية التعليمية.

ط- تضمين البرامج الأكاديمية التعليمية ممارسات عملية تكمل الأطر النظرية وتكسب الدارسين مهارات حياتية.

(٣)- تعزيز جودة Quality التعليم الجامعي بما فيه البرامج التعليمية المقدمة، ويتم ذلك من خلال :

أ- تبني حزمة من السياسات، ومفاهيم متعددة الأبعاد تحتضن كل وظائفه وأنشطته ونظمه الفرعية تشمل:

* البرامج الأكاديمية والتعليم.
* البحوث العلمية.
* أعضاء هيئة التدريس والطلاب.
* البنية الأساسية.
* البيئة الأكاديمية للجامعة.

ب- الاهتمام بتقدم المعرفة من خلال البحوث الجامعية.

ج- التزام الجامعات بالتقويم الداخلي والخارجي المتسم بالشفافية، الذي يقوم به متخصصون مستقلون.

د- إدراك الحاجة إلي رؤية متجددة، ومنظور منهجي جديد للتعليم العالي، بحيث يكون موجها نحو الطلاب. ويتطلب تحقيق هذا المبدأ الهدف إعادة النظر التام في البرامج، الجامعية والمناهج، بحيث لا يتوقف عند المعرفة البسيطة التي يعكسها مجرد التمكن من المواد الدراسية، بأن تشمل اكتساب المهارات والكفايات والقدرة علي التواصل والإبداع والابتكار والتحليل الناقد، والتفكير المستقل والعمل الجماعي الفريقي في سياقات متعددة.

(٤) الارتقاء بمستوي أعضاء هيئة التدريس، بتميزهم أكاديمياً، ويتم ذلك من خلال :

أ- وضع معايير لانتقاء أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم للتأكد من توافر الاستعدادات اللازمة للتعليم الجامعي تدريساً وبحثاً.

ب- وضع برامج متميزة ذات جودة للدراسات العليا، تؤكد علي اكتساب جدارات البحث والتدريس، والتمكن من التخصص والثقافة العامة.

ج- تطوير نظم التعليم بما يؤكد علي البحث والنقد والعمل الفريقي والتعلم الذاتي، وتطوير نظم التقييم لضمان جودة مخرجات الدراسات العليا.

د- وضع برامج للتنمية المستديمة لأعضاء هيئة التدريس في مجالات التخصص والبيداجوجيا والبحث.

ه- وضع نظام لتقويم أداء أعضاء هيئة التدريس يشارك فيها الطلاب والإدارة الجامعية تتسم بالشمول والاستمرار، بجانب القويم الذاتي.

و- وضع ميثاق أخلاقي لأعضاء هيئة التدريس، والتأكد من الالتزام ببنوده.

ز- تثبيت أعضاء هيئة التدريس Tenure، في ضوء التقويم الشامل.

(٥) إتاحة Access فرص التعليم الجامعي:

يقوم التعليم الجامعي بدور كبير في التنمية، وتدعيم عملية الحراك الاجتماعي الطبقي والمهني، والحفاظ علي الطبقة المتوسطة، بل وتصعيد أعضائها. ومن هنا يجب أن

تحرص السياسات الجامعية علي إيجاد فرص الالتحاق بالبرامج الأكاديمية أمام الطبقات التي حرمت من التعليم الجامعي. وتعني الإتاحة هنا عدة جوانب من أهمها:

أ - إتاحة فرص التعليم الجامعي بوجه عام.

ب - إتاحة فرص تقديم برامج تعليمية تتصف بالجودة.

جـ - إتاحة فرص التعلم المتميز:

إنه لمن المهم أن تتبني الدول العربية سياسات تجعل التعليم الجامعي ذا الجودة العالية متاحاً للجميع، ممن يمتلكون القدرات اللازمة لمواصلة الدراسة والبحث به.

(٦) تبني نظام لاختيار طلاب ذوي نوعية متميزة للالتحاق بالبرامج الأكاديمية ذات الجودة.

إذ إن للتعليم الجامعي سماته التي تجعله مختلفا عن التعليم العام، من حيث تأكيده علي تخريج طلاب ذوي قدرة علي القيادة والابتكار، والالتحاق بسوق عمل عولمي تنافسي، والقدرة علي التعلم المستمر.

ويتطلب هذا الأمر وضع نظام لاختيار الطلاب ذوي النوعية التي تساعدهم علي دخول تعليم عال جديد:

أ- تتنوع برامجه التعليمية لتلبي كافة الاحتياجات المجتمعية من ناحية، وميول الطلاب واستعداداتهم.

ب- مرونة النظم الجمعية بما يسمح بسهولة الدخول والخروج، والجمع بين الدراسة والعمل.

ج- يهتم بخدمات الإرشاد التربوي والأكاديمي.

د- يحفز الطلاب علي التعلم الذاتي والبحث وحل المشكلات والإبداع.

ه- يلبي احتياجات التنمية وتحقيق التقدم.

و- يدعم الشعور بالمسئولية.

(٧) تحسين مستوي البيئة الأكاديمية المادية للجامعات.

إذ يتوقف تقديم برامج أكاديمية تعليمية ذات جودة علي المستوي الذي تكون عليه البنية التحتية للجامعة، بما تشمله من مبان جامعية ومعامل ومختبرات وأماكن للأنشطة وتكنولوجيا وأماكن للدراسة والمكتبات. وقد يتطلب ذلك :

أ- مشاركة القطاع غير الحكومي والقطاع العام في تدعيم الإمكانات الجامعية، من خلال التبرعات والهيئات والمنح وغيرها.
ب- تشجيع روابط الخريجين علي تدعيم البنية الجامعية، وتحفيز المؤسسات المجتمعية علي الإسهام في تمويل الجامعات.
ج- تشجيع القطاع الخاص والأهلي علي دخول مجال التعليم الجامعي.

(٨) تدعيم استقلال الجامعات:

ويتوقف نجاح الجامعات في أداء دورها العلمي والبحثي والتنموي علي التزام المجتمع بتوفير كافة المتطلبات التشريعية والتنفيذية والتمويلية والإدارية التي تدعم الاستقلال الجامعي، والإدارة الذاتية للجامعات، وتوفير متطلبات الحرية الأكاديمية.

ويرتبط ما تقدم بتعظيم قدرات الجامعات علي الابتكار والقدرات التنافسية ويتيح له التميز في برامجها الأكاديمية والبحثية علي المستوي المحلي والقومي والدولي.

وانطلاقا من المرتكزات السابقة نقترح ما يلى:

١- الإعلان عن إقامة منطقة عربية للتعليم العالي والجامعي.

وقد يكون المنطلق لذلك عملية بولونيا وإعلانها، بإنشاء منطقة أوربية للتعليم العالي.

وإذا كانت أوربا المتقدمة قد حرصت علي أن تتبني هذا المدخل، فإن البلاد العربية أشد احتياجاً إليه في عصر قائم علي المنافسة من ناحية، وفي ظل تحديات قطرية وعربية وإقليمية ودولية، ويناط بالمنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة، كمنظمة هامة من المنظمات المنبثقة عن جامعة الدول العربية (الإعلان عن منطقة عربية للتعليم العالي والجامعي) يُصدر باسم إحدى المدن والعواصم العربية، التي يعقد فيها مؤتمر خاص لهذا الموضوع.

ويعتبر هذا الإعلان بمثابة:

أ- نقطة تحول رئيسية في تطوير التعليم العالي والجامعي العربي وكافة مكوناته، بما فيها البرامج التعليمية والبحثية.

ب- التزام حر للبلاد التي توافق عليه وتوقعه، لتحديث تعليمها العالي وجامعاتها في مقدمته، بدءاً من تطوير أهدافها.

ج- تنسيق لسياسات التعليم العالي والجامعي كلها، من منظور نسقي منظومي.

د- تدعيم للتميز والجودة، وليس تنميطاً للجامعات ومؤسسات التعليم العالي في البلاد العربية.

هـ- حل للعديد من المشكلات التي تواجهها الجامعات العربية، والتي وإن بدت متنوعة، فإنها تتفق في مضمونها ومحتواها، وتعود إلي تحديات مشتركة داخلية وخارجية، منها التحديات السياسية والاقتصادية والعرقية والتعليمية والاجتماعية والثقافية، وما يتصل بنزيف الأدمغة العربية التي تستقطبها البلاد المتقدمة.

ويقترح أن يهدف هذا الإعلان إلي تحقيق عدد من الغايات، من أهمها:

أ- تبني إطار عام يسمح بمعادلة الدرجات الأكاديمية.

ب- تبني مستويات للدرجات الأكاديمية الجامعية، في المرحلة الجامعية الأولي (الليسانس والبكالوريوس)، ومرحلة الدراسات العليا (الدبلومات والماجستير والدكتوراه)، باعتبارهما المرحلتين المكونتين للتعليم الجامعي.

ج- وضع نظام للتعليم المستمر والتعلم مدي الحياة.

د- تدعيم التوجه نحو ضمان جودة التعليم الجامعي، قائم علي مستويات معيارية عالمية، تسمح بالمنافسة.

هـ- تحقيق حراك حر للطلاب والأساتذة بين الجامعات ومؤسسات التعليم العالي في مختلف البلاد العربية، ويبدأ ذلك بإزالة الحواجز والمعوقات التي تقف أمام هذا الحراك، بما يسمح للطلاب باستكمال جزء من دراساتهم في بلد آخر.

و- تدعيم المواطنة العربية، بما تتيحه من تقليل حدة الإنعزال والابتعاد عن التوجه القومي العربي.

ز- وضع أسس وقواعد ومرتكزات اتحاد عربي ثقافي، ربما يقود إلي اتحاد سياسي واقتصادي عربي، يبدأ بسوق اقتصادية عربية حقيقية، وسوق عربية للعمل والتوظف.

ح- الاعتراف باستقلال الجامعات، والحرية الأكاديمية لأعضائها من الطلاب والأساتذة والباحثين.

ط- تأطير الوحدة اللغوية والثقافية العربية، والتنوع الديني والعرقي والتعليمي.

ي- تفعيل دور الجامعات العربية وغيرها من مؤسسات التعليم العالي في عملية الإصلاح القاعدي Bottom-Up للنظم والبرامج، بدلا من الإصلاح المركزي والحكومي المفروض من أعلي.

ك- تفعيل التعاون العربي في مجال تطوير البرامج التعليمية والبرامج البحثية وإنتاج المعرفة والتعاون التكنولوجي.

ل- تبني نظام الساعات المعتمدة Credit-hours، الذي يتيح مراعاة الفروق الفردية للدارسين، وتدعيم حرية الاختيار، والسماح بالحراك الطلابي العربي، العربي والعربي، الأجنبي.

م- خلق قنوات اتصال مع الجامعات المتقدمة في أوربا والولايات المتحدة والبلاد الآسيوية.

٢- تفعيل دور منظمات وهيئات ضمان جودة التعليم الجامعي في البلاد العربية:

وقد أظهرت الدراسات التي تناولت تطوير البرامج الأكاديمية التعليمية أهمية دور وكالات وهيئات ومنظمات ضمان جودة التعليم واعتماده، في هذا الصدد، بما تقوم به من اعتراف واعتماد للكليات والجامعات اعتماداً مؤسسات، وكذلك اعتماد برامجها.

ويمكن لهذه الهيئات والمنظمات تفعيل دورها من عدة نواح، منها:

أ- المراجعة المستمرة للمستويات المعيارية التي تضعها حتي تصل إلي المستوي العالمي، الذي يسمح بالتطوير المستمر للوصول إليها.

ب- تمكين الجامعات من القيام بالدراسات الذاتية لها، ووضع خطط التطوير المستمر والشامل استراتيجياً.

ج- المراجعة الخارجية الجادة، الهادفة إلي الإرتقاء بمستوي الجامعات.

د- نشر ثقافة الجودة وإدارتها وضبطها وضمانها بين الطلاب والأساتذة والعاملين بالجامعات، وأبناء المجتمع.

٥- حث الحكومات علي توفير متطلبات تطوير البرامج الجامعية التعليمية والبحثية والاستثمارية، من تمويل وحرية أكاديمية واستقلال مؤسسي وغير ذلك.

وقد يكون من العوامل التي تحقق تقارباً عربياً لتطوير الجامعات العربية تطويراً شاملاً يتضمن أيضا برامجها التعليمية، تفعيل دور الشبكة العربية لهيئات ضمان الجودة العربية ANQAHE.

وقد أسست هذه الشبكة في يونيو ٢٠٠٧ كمنظمة عربية غير حكومية وغير هادفة للربح، من أجل خلق آلية للتعاون بين البلاد العربية، من أجل:

- تبادل المعلومات عن نظم ضمان الجودة.
- تأسيس وكالات جديدة أو منظمات لضمان الجودة.
- تطوير مستويات معيارية لوكالات جديدة لضمان الجودة أو دعم القائم منها.
- نشر الممارسات المتميزة في مجال ضمان جودة التعليم العالي.
- تقوية الاتصال بين هيئات ضمان الجودة في مختلف البلاد.
- بناء إطار موجه عن ضمان جودة التعليم العالي في البلاد العربية.

ومن شأن دعم هذه الشبكة التقريب بين البلاد العربية في مجال تطوير الجامعات وبرامجها الأكاديمية والبحثية، والتعاون بينها وتبادل الخبرات.

٣-تبني الحكومات العربية لسياسات لتطوير الجامعات وبرامجها:

وتمشياً مع المركزية التي تتسم بها نظم الحكم في معظم البلاد العربية، ودعماً للدور الرقابي للحكومات، فإنه ينبغي أن تكون هناك استراتيجيات وطنية لتطوير التعليم العالي، بما يشمله من برامج للتعليم، علي أن تكون هذه الاستراتيجيات علي درجة عالية من المرونة، بما يسمح بالتنوع والإبداع والمنافسة في ذات الوقت.

وهناك مداخل متنوعة للتحفيز علي التطوير، منها تقديم التمويل اللازم للجامعات. وإذا كان ثمة تمييز بين كيفية تقرير المستوي الذي يقدم به التمويل، وكيفية توزيع التمويل علي

أوجه النشاط، فإن ربط التمويل بالمخصصات المطلوبة يعتبر أمراً أساسياً، وهناك مداخل متنوعة لذلك، منها:

أ – تقرير الميزانيات علي أساس التفاوض.

ويتم هذا التفاوض بين الحكومة والجامعة، وهو من الطرق أو المداخل التقليدية لتقدير حجم التمويل. ويبني ذلك علي أسس تاريخية تعني ما سبق للحكومة تقديمه للجامعة، وربما زيادته من عام لآخر في ضوء ما يطرأ من ظروف ومتغيرات.

ب– التمويل لأوجه محددة:

ويتضمن هذا المدخل قيام الحكومة بتقديم تمويل لجامعة ما أو مجموعة من الجامعات للصرف علي مجالات محددة يتفق عليها. وعادة ما يكون الهدف من هذا المدخل تصحيح أوضاع بعينها، منها توفير فرص الالتحاق لأبناء منطقة محرومة من التعليم الجامعي، أو جامعة تقبل أعداداً زائدة من الطلاب وتطبق الولايات المتحدة الأمريكية هذا المدخل، لإتاحة التعليم الجامعي في المناطق التي توجد بها أقليات، كما تطبقه جنوب إفريقيا لتدعيم المكتبات وسد احتياجات الجامعات من التجهيزات، في المناطق التي يعيش بها السود.

جـ – التمويل القائم علي مستوي الأداء:

وإذا كان المدخلان السابقان يركزان أو يرتكزان علي المدخلات، فإن هذا المدخل يعتبر مدخلاً حديثاً يدعم التجديد الأكاديمي.

ويمثل مدخل التمويل القائم أو المبني علي مستوي الأداء نقلة واضحة من التمويل التقليدي نحو ربط مستوي التمويل المقدم بنتائج قياس مستوي المخرجات.

وتختلف آليات هذا المدخل عن غيرها من الطرق والمداخل الأخرى، في أنه يتجه إلي استخدام مؤشرات الأداء التي تعكس أهداف السياسات العامة أكثر من الاحتياجات المؤسسية. وهو أيضا يشمل حوافز تقدم لتحسين الأداء المؤسسي، ليس فقط للحافظ علي المستوي أو الوضع الراهن، بل تطويره وتقدمه.

ويدخل في إطار ذلك تصميم برامج أكاديمية جديدة ومتميزة ترتبط باحتياجات التنمية، وتقدم من خلال استراتيجيات متطورة للتعليم والتعلم، ومدي تقدم الطلاب في دراسة هذه البرامج وربطهم النظرية بالممارسة.

كما يمكن تقديم موازنات مالية تنافسية، لتدعيم التنافس بين الجامعات في تطوير ما تقدمه واجتذاب طلاب متميزين لدراسة برامج متطورة تعرضها الجامعة، واستقطاب أعضاء هيئة تدريس ذوي جدارات عالية.

٤- قيام الجامعات بوضع استراتيجيات للتطوير:

ويعتبر تبني التفكير الاستراتيجي للجامعات، وما يرتبط به من إدارة استراتيجية من أهم أسس التطوير الذاتي، الذي يتمخض عنه تخطيط استراتيجي طويل المدي يعد بمثابة مدخل للتطوير المستقبلي.

وترتكز استراتيجية الجامعة علي رسالة محددة المهام تتمثل في تحقيق الجودة في التعليم والتدريب وتخطيط البحوث وتنفيذها، والإسهام في التنمية المستديمة وتحسين البيئة وتطويرها، علي أن يقوم ذلك كله علي أساس الالتزام بإنتاج المعرفة.

وينبثق عن هذه الرسالة التزام الجامعة بتهيئة مناخ وبيئة جامعية، وتقديم برامج تعليمية وبحثية لإعداد خريجين ذوي تأهيل عال ومواطنين مسئولين، علي أن تتيح هذه البرامج فرص التعلم الراقي والتعلم مدي الحياة.

وتتصف البرامج التعليمية والبحثية التي تسعي الجامعة إلي تطويرها وتقديمها إلي التلائم مع التوقعات المجتمعية، بما يعلي من مستوي قابلية الخريجين لدخول سوق العمل المحلي والعالمي.

إن هذه البرامج بمعني آخر تؤسس علي احتياجات وأهداف مجتمعية واسعة محلية وإقليمية ودولية، وتهيء لدارسيها اكتساب المكنات اللازمة للحياة والتعلم والابتكار والعمل.

وتمكن هذه البرامج الأكاديمية، جامعاتها من احتلال مراكز متقدمة في التصنيفات الدولية للجامعات.

ثمة قيم ومتطلبات أساسية ينبغي توافرها في استراتيجية الجامعة، منها:

أ – تقدم المعرفة:

وإذا كنا الآن نعيش في عصر المعرفة، فإن الجامعات هي مصادر إنتاج هذه المعرفة والعمل علي تقدمها عن طريق البحوث، كوظيفة أساسية للجامعة.

ويتطلب ذلك أن تشجع الجامعة تعددية التخصصات والجمع بينها في برامج الدراسة والتعليم، وتعزيز البحث العلمي والاستقصاء في هذه البرامج في مجالات العلوم الاجتماعية والإنسانية والهندسية والمعلوماتية والعلوم الطبيعية وغيرها.

ب– احتياجات المجتمع:

ومن الضروري أن تهتم الجامعة بتحليل احتياجات المجتمع، واستباقها، ويشمل هذا التحليل الواقع الاجتماعي والاقتصادي وتوقعات تطوره وتطويره، والإسهام في هذا التطوير وبناء القدرات اللازمة له.

ويندرج تحت هذا البند توثيق ارتباط الجامعة وبرامجها التعليمية بعالم العمل في سائر قطاعات الإنتاج والخدمات، بطرق متنوعة، منها تمثيل مؤسسات الأعمال في المجالس الجامعية، وزيادة فرص التدريب الطلابي في هذه المؤسسات، وتمشي محتوي البرامج والمواد الدراسية مع الممارسات التطبيقية لمجالات الأعمال.

إن اكتساب الطلاب الجامعيين من خلال دراساتهم لروح المبادرة ومكنات خلق الأعمال تعتبر من أبرز المخرجات المتوقعة من الدراسة الجامعية.

جـ – الابتكار والإبداع:

ويقتضي عصر التنافسية إعداد طلاب قادرين علي التجديد بالابتكار والإبداع وأن يكون التفكير النقدي وتحليل المشكلات والبحث عن حلول متنوعة لها بداية الطريق للأختراع والابتكار.

ويمثل إعادة صياغة البرامج الأكاديمية أهدافا ومحتوي وتعليما وتعلما المدخل الأساسي لذلك.

د – التكنولوجيا:

ولقد ترتب علي التسارع التكنولوجي في تكنولوجيات المعلومات والاتصالات والهندسة الوراثية ثورة حياتية أسهمت في الدخول إلي عصر العولمة.

وتتطلب هذه الثورة التكنولوجية تجديداً للبرامج التعليمية الجامعية ومضامين المواد والمقررات الدراسية والتحول إلي التعلم، واستحداث نظم التعلم من بعد، بما فيه مؤسسات التعلم الافتراضي، متجاوزة البيئات والواقع المحسوس .

٥- القطاع الخاص وتطوير البرامج التعليمية الجامعية:

ولقد أدي التوجه العالمي نحو الاقتصاد الحر والسوق المفتوحة، وبخاصة بعد سقوط الاتحاد السوفيتي دخول رأس المال الخاص سوق التعليم العالي والاستثمار في التعليم الجامعي.

وتشهد معظم البلاد العربي توسعاً في إنشاء الجامعات الخاصة الوطنية والأجنبية. وقد حرصت كثير من الجامعات الخاصة علي الارتباط بجامعات أجنبية خارج البلاد، ووجدت صور من التوأمة بينها، إلي درجة أنه يحق للطلاب الحصول علي شهادة تخرج من الجامعة المحلية التي يدرس بها الطالب وشهادة أخري من الجامعة الأجنبية، كما يتيح نظام الدراسة للطلاب السفر للدراسة مدداً متفقا عليها بالجامعات الأجنبية.

وقد حرصت الجامعات الخاصة التي ترتبط بجامعات أجنبية علي أن تكون برامجها علي مستوي هذه الجامعات، ان لم تكن هي ذاتها ذات البرامج الأجنبية.

وإذا كانت هذه الجامعات الخاصة في البلاد العربية – وأساتذتها وطلابها- يرون أن هذا تطوير للبرامج الأكاديمية، فقد نراه – ويتفق معنا غيرنا- غير ذلك، مجرد استجلاب لمحتوي تعليمي أجنبي، ربما لا يوافق الظروف أو السياق العربي.

ولذلك فإن الجامعات الخاصة في البلاد العربية مطالبة بأن تطور برامجها في ضوء محددات الجودة والملاءمة. وهذه الملاءمة تبني علي دور الجامعات في المجتمع الذي توجد فيه وتطلعاته وحل مشكلاته والإعداد الشامل للمواطنين للعيش في المجتمع العربي، وتمكينهم من التهيؤ لعالم العمل المحلي أولاً والخارجي بعد ذلك.

وهنا فإن الدور التنموي والتقدمي الوطني والقومي للجامعات العامة والخاصة يفرض عليها جميعا أن تخطط لتطوير برامجها في ضوء الجودة والملاءمة من منظور وطني

قومي، كما يفرض علي هيئات ووكالات ضمان الجودة أن يكـون اعتمادهـا المؤسسـي أو البرنامجي علي هذا الأساس.

ويندرج تحت القطاع الخاص وتطوير البرامج التعليمية الجامعية، قيام هذا القطـاع الذي يقود الإنتاج الآن في غالبية البلاد العربية- والمخطط حكومياً أن يتوسع فـي أداء هـذا الدور- بإنشاء جامعات الأعمال Corporate Universities، كجامعات ترتبط بالنشاط الذي تؤديه المؤسسة التي تنشيء الجامعة، علي غرار ما هو موجود في بعض الـدول المتقدمـة، بحيث نجد جامعة تؤسسها مؤسسة لصناعات الغزل والنسـيج تتخصـص فـي الصـناعات الهندسية والفنون التطبيقية المرتبطة بهذه الصناعات، وإداراتها وماليتها، وربمـا أمراضـها المهنية وتطبيب مرضي هذه الصناعات وغير ذلك.

ويمكن لمثل هذه الجامعة أن تقدم برامج تعليمية تجمع بين النظر والعمـل، بـرامج غير تقليدية، تؤهل الدارس لدخول سوق العمل ممتلكا للمهارات العملية القائمة علي التنظيـر والتطبيق. كما تقدم برامج للتعليم المستمر والتعلم مدي الحياة للعاملين بهذه الصناعات.

٦- المنظمات الدولية والإقليمية وتطوير الجامعات وبرامجها التعليمية:

وتقوم المنظمات الدولية والإقليمية بدور ملموس في تطوير التعليم بعامـة والتعلـيم العالي أيضا. ويندرج تحت هذه المنظمات المنظمات المنبثقـة عـن هيئـة الأمـم المتحـدة كاليونيسيف واليونسكو وغيرهما والمعاهد والمؤسسات والمكاتب الإقليمية التابعة لها.

ويذكر في هذا الصدد المؤتمرات الدولية التي تعقدها اليونسكو عن التعليم العـالي، والمؤتمرات الإقليمية المنبثقة عنها، وما تصدره من إعلانات عالمية تطوير هذا التعليم، دفعت الدول إلي تطوير جامعاتها في ضوئها.

ويندرج تحت هذه الهيئات الدولية التصنيفات الدولية للجامعات وترتيبها، وإن كـان يقوم ببعضها مؤسسات تعليمية في بعض الدول أو مؤسسات صحفية عالمية. وقد نتج عن هذه التصنيفات خلق رأي عام يطالب بتطوير التعليم العالي والجامعـات بشـكل خـاص وحـث

الحكومات علي تبني استراتيجيات للتطوير، وبخاصة في البلاد التي جاءت جامعاتها متأخرة في الترتيب، أو التي لم تحتل مكانا فيه وما أكثرها في البلاد العربية، إن لم يكن معظمها أو كلها، علي عكس الحال في بلد صغير مجاور.

وتقوم المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة والمنظمة الإسلامية للتربية والثقافة والعلوم (إيسيسكو) بدور ملحوظ من خلال الندوات وورش العمل والمؤتمرات والمطبوعات وغيرها في حث البلاد العربية علي تطوير برامجها التعليمية وهيئات البحوث بها، كما تهدف إلي تحقيق تعاون بينها. لكن هذا الدور يحتاج إلي تفعيل أكثر واستجابة أعظم من البلاد العربية لتطوير جامعاتها وبرامجها إلي مستوي أعلي.

ويظهر أيضا في هذا الصدد دور المنظمات الدولية الحكومية والوكالات المانحة والمنظمات غير الحكومية في تمويل تطوير التعليم العالي والجامعات ومن هذه الهيئات والمنظمات وكالة الولايات المتحدة للتنمية الدولية USAID، والبنك الدولي وهيئة المعونة الكندية، وهيئة المعونة اليابانية والبنك الإفريقي وغيرها.

ويقدم البنك الدولي قروضا للعديد من الدول العربية لتطوير التعليم العالي والبرامج الأكاديمية التعليمية بالجامعات.. وتوصي اليونسكو هذه المنظمات بأن (توسع نطاق أنشطتها من أجل إعداد مشروعات للتعاون بين الجامعات، ولاسيما من خلال توأمة المؤسسات علي أساس التضامن والتشارك، وذلك كوسيلة لسد الهوة بين البلاد الغنية والبلاد الفقيرة في الميادين الحيوية لإنتاج المعارف وتطبيقها).

وقد دعا المؤتمر الدولي لليونسكو عن التعليم العالي في يوليو ٢٠٠٩ حكومات دول العالم لزيادة استثماراتها في التعليم العالي، وتشجيع التنوع، وتقوية التعاون الإقليمي من أجل خدمة الاحتياجات المجتمعية.

وقرر المؤتمر أن من المؤكد أن الجامعة لم يعد ينظر إليها كمؤسسة للتكوين الفردي للمواطن، وأنه في هذا العصر الكوكبي فإن تنمية الذكاء الشخصي يجب أن يتم جنبا إلي جنب مع الأهداف العريضة للتنمية المستديمة، وتخفيض حدة الفقر والسلام وحقوق الإنسان.

كما أنه في وقت تواجه فيه البلاد المختلفة أزمات بيئية واقتصادية فـإن الجامعـات ينبغي أن تقوم بدور متزايد كوسيلة للتحقيق الفعال للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.

وهي مطالبة أيضا – بجانب دورها في إعداد قادة الغد- بأن تكسب طلابهـا مـن برامجها التعليمية القيم والمعارف اللازمة لبناء مستقبل دائم، وتحقيق المسـئولية المجتمعيـة، ومنع الأزمات المتوقعة، وتحقيق تقدم تكنولوجي ملموس وكذلك فإن الجامعة- مـن خـلال برامجها التعليمية والبحثية – ينبغي أن تتبني سياسات تربط التعلم بالبحث والتجديد كمـدخل لتحقيق متطلبات مجتمع المعرفة.

وقد أوصت اليونسكو بأن تسعي دول العالم إلى أن تضع سياسات للتعلـيم العـالي تحقق المساواة Equity والإتاحة Access والجودة Quality والمساواة، لا تعنـي مجـرد التوسع في القيد، بل إنها تتمثل في مسئولية الجامعة في تخريج طلابها بلا إعادة أو رسـوب. وهذا يتطلب عمليات التعليم والتعلم الفعالة كمكون أساسي للبرامج التعليمية والمواد الدراسـية دائمة التطوير والتجديد من خلال آليات ملائمة لضمان الجودة.

وأن نظم ضمان الجودة ينبغي أن تشجع عمليات تحسين المحتوي والتعلم وأن تشمل ليس فقط البرامج التعليمية التقليدية، بل أيضا التعلم المستمر وغير المرتبط بحـدود والتعلـيم الخاص.

ولذلك كله فإن ورش العمل بالمؤتمر قد تناولت تنوع المطالب الاجتماعية واستجابة البرامج الجامعية لها، وتطبيقات النماذج الجديدة للتعلم المرتكز إلي الطالب، والتعلم المسـتمر من خلال استراتيجيات حديثة للتعلم، وتطبيقات تكنولوجيـا المعلومـات بمـا فيهـا الـتعلم الإلكتروني ومصادر التعليم المفتوح والتكنولوجيا المتنقلة.

ومن هذا المنطلق كانت أبرز توصيات المؤتمر الدولي للتعليم العالي عام ٢٠٠٩ موجهة إلي الجامعات، تطالبها بأن:

١- تحدد استراتجياتها وأهدافها بشكل دقيق وكامل في ضوء خصوصية مجتمعها، والتحديات التي تواجهه، لتحقق التميز في التخصص.

٢- تبرز أفضل ما يمتلكه أعضاء هيئة التدريس بها (التدريب/ المنزلة/ الصورة/ المرتب)، باعتبارهم أساس النظام الجامعي، وعدم الاعتقاد بأن التكنولوجيا والتعلم من بعد يمكن أن يحل محلهم، إذ إنه لاغني عن الاتصال المباشر بين الطالب والأستاذ.

وهكذا تتعدد الجهات والهيئات المسئولية عن تطوير الجامعات وبرامجها التعليمية والبحثية، وتتنوع أيضا الآليات التي تعتمد عليها. لكن يظل أكثرها جدوى تلك التي تنشأ داخل الجامعات ذاتها، انطلاقا من أن التطوير – كتغيير – إرادة ثم إدارة.

أهم المصادر

١- أحمد إسماعيل حجي: التعليم العالي والجامعي في مصر، إدارته وتنظيمه وتمويله- في عدنان الأمين: الوقفات الجامعية، دور المجتمع المدني في حمل مسئولية التعليم العالي في البلدان العربية- مكتبة اليونسكو الإقليمي - بيروت - ,٢٠١٠

٢- ــــــــــــــ: التقرير النهائي عن مشروع تطوير كليات التربية في مصر- وحدة إدارة مشروعات تطوير التعليم العالي - القاهرة- ,٢٠٠٧

٣- إسماعيل صبري عبد الله: الكوكبة التنمية المستقلة والمواجهة العربية الإسرائيلية- الهيئة المصرية العامة الكتاب - القاهرة - ,٢٠٠٧

٤- الأمراني زنطارا محمد: إصلاح التعليم العالي المغربي ومتطلبات الجودة- في عدنان الأمين (محرر): ضمان الجودة في الجامعات العربية - الهيئة اللبنانية للعلوم التربوية- بيروت - ,٢٠٠٥

٥- تيسير النهار النعيمي: ضمان الجود في التعليم العالي في الأردن - في عدنان الأمين (محرر): ضمان الجودة في الجامعات العربية- الهيئة اللبنانية للعلوم التربوية- بيروت - ,٢٠٠٥

٦- جمهورية مصر العربية: القانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٦ بإنشاء الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد - القاهرة - ,٢٠٠٦

٧- ــــــــــــــ: قرار رئيس جمهورية مصر العربية رقم ٢٥ لسنة ٢٠٠٧ بإصدار اللائحة التنفيذية للقانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٦ بإنشاء الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد - القاهرة - ,٢٠٠٧

٨- صبحي القاسم: التعليم العالي في الوطن العربي- تقديم أ.د. سعد الدين ابراهيم- منتدي الفكر العربي- عمان - ,١٩٩٠

٩- عبد العزيز نوار ورأفت غنيمي الشيخ: تاريخ العرب الحديث والمعاصر- د ن - القاهرة- ,١٩٨٨

١٠- فخيتة الرجراجي وعواطف السايح: تجربة جامعة محمد الخامس - أكدال- في تقييم جودة التعليم العالي - في عدنان الأمين (محرر): ضمان الجودة في الجامعات العربية- الهيئة اللبنانية للعلوم التربوية- بيروت- ,٢٠٠٥

١١- محمود عبد الفضيل: مصر والعالم علي أعتاب ألفية جديدة - دار الشروق - القاهرة- ٢٠٠١.

١٢- مكتب اليونسكو الإقليمي للتربية في الدول العربية: تنويع برامج التعليم العالي لتلبية احتياجات عالم العمل والتنمية الشاملة (وثيقة مرجعية) - المؤتمر الإقليمي العربي حول التعليم العالي - بيروت - مارس ١٩٩٨.

١٣- المكتب الإقليمي العربي لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي: تقرير حول تقييم نوعية تعليم الحاسوب في الجامعات العربية - ٢٠٠٤.

١٤- المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (إيسيسكو): استراتيجية تطوير التعليم الجامعي في العالم الإسلامي - الرباط - ٢٠٠٨.

١٥- الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد: وثيقة المعايير والممارسات التطبيقية، مؤسسات التعليم العالي- القاهرة- ٢٠٠٨.

١٦- ــــــــــــــــــــــــ: وثيقة التقويم الذاتي- القاهرة ٢٠٠٨.

١٧- ــــــــــــــــــــــــ: دليل الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد- القاهرة- ٢٠٠٩.

١٨- وزارة التعليم العالي والبحث العلمي (الأردن): استراتيجية التعليم العالي والبحث العلمي للأعوام ٢٠٠٥ حتي ٢٠١٠ - عمان - ٢٠٠٥.

١٩- وزارة التعليم العالي (مصر): وثيقة المؤتمر القومي للتعليم العالي- القاهرة- فبراير ٢٠٠٠.

٢٠- ــــــــــــــــــــــــ: دليل التعريف بمشروعات برنامج التطوير المستمر والتأهيل للاعتماد بالتعليم العالي - وحدة إدارة المشروعات - القاهرة- ٢٠٠٩.

٢١- ــــــــــــــــــــــــ: تقييم المرحلة الأولي من مشروع تطوير التعليم العالي (٢٠٠٢- ٢٠٠٩)- وحدة إدارة المشروعات- القاهرة- ٢٠٠٩.

٢٢- اليونسكو: الإعلان العالمي بشأن التعليم العالي للقرن الحادي والعشرين، الرؤية والعمل- المؤتمر العالمي للتعليم العالي - باريس - ٥-٩ أكتوبر ١٩٩٨.

23- Ahmed Abu- El Haija: Higher Education in Jordan- National TEMPUS office- Jordan- 2009.

24- Arab Network for Quality Assurance in Higher Education: Quality Assurance for the future- Cairo-Nov. 2008.

25- COIMBRA Group Universities: Final Report- Reform Project- Morocco-2006.

26- The Confederation of EU Rectors' Conferences and the Association of European Universities: The Bologna Declaration on the European Space for Higher Education-2005.

27- James Coffman: Higher Education in The Arabian Gulf: Privatization and Americanization-in: Philip G. Altbach and Daniel C-Levy (eds): Private Higher Education, A Global Revolution- Center For International Higher Education- Boston, USA.

28- Jamil SALMI and Arthur M. Hauptman: Innovation in Tertiary Education Financing- the World Bank Washington, DC- Sep. 2006.

29- Linda Herrera: Higher Education in the Arab world- in James J.F. forest and Philip G. Altbach (eds.): International Handbook of Higher Education- Springer- Netherland- 2006.

30- Marco Antonio Rodrigues: Higher Education, Vision and Action for the Coming Century- Prospects- International Bureau of Education- Vol XXVIII, No3- Sep 1998.

31- The National Unions of Students in Europe: The Bologna Declaration of June 1999- Vienna, Austria, 2007.

32- Nick Clark: Education in Morocco- WENR-2006.

33- Unesco: Policy Paper For Change and Development in Higher Education- Unesco- Paris- 1995.

34- Unesco: Higher Education in the Twenty First Century, Vision and Action- - Paris- 5-9 Oct 1998.

35- ....: World Conference on Higher Education, Final Report. Paris – 2009.

36- World Bank: Constructing Knowledge Societies, New Challenges For Tertiary Education- Washington D.C. 2002.

37- ....: Kingdom of Morocco Policy Notes, Conditions of Higher and Inclusive Growth- Washington, DC- 2008.

38- ....: MENA Flagship Report, the Road Not Traveled, Education Reforms in MENA- Washington, DC- 2008.

39- ....: Higher Education Reform For the Knowledge Economy- Washington, DC- 2009.

الفصل الرابع
تسويق التعليم الجامعي
المفهوم والفلسفة

مقدمة:

أخذت الجامعات بفلسفة التدويل والتحول من الإقليمية إلي العالمية وتطلب ذلك تغييراً جذرياً في الاستراتيجيات والفلسفات ورسالة الجامعة وأصبحت الجامعات التي لم تنهج منهجاً علمياً أقل في مركزها التنافسي عن الجامعات عالمية الطابع ،لذلك أصبح من الضروري أن تكون رسالة الجامعة موجهة بالتسويق (Market-oriented Univ's Mission) · وهذا ما أكد عليه ديفيد بنزيل David L. Bunzel عام ٢٠٠٧ م حيث أكد على أن الوضع الحالي للجامعات يتطلب الانغماس في التسويق Marketing والدافع وراء ذلك تعزيز سمعة الجامعة وكسب تصنيف دولي بين الجامعات العالمية والتصدي لتهديدات المجتمع من خلال التطور المتكامل سلوكياً وترشيدياً ومعلوماتياً وتكنولوجياً لحماية المواطنين والبيئة لخدمة التنمية المتواصلة والوقوف أمام المنافسة العالمية من خلال إدارة الجودة الشاملة والثقافة الوطنية ·فالتوجه التسويقي للجامعات هو مفتاح التجديد للقرن الحادي والعشرين فلقد حققت الجامعات اليوم ما يطلق عليه العلامة التجارية Branding ويقصد به تميز التعليم عن غيره.

فلقد أصبحت هذه العلامة التجارية شائعة على نحو متزايد في التعليم العالي على مدى السنوات القليلة الماضية. وما تنطوي عليه هو تحديد جوهر ماهية "الجامعة" ، وما "تقف عليه وتقدمه" ، وما تشتهر وتتميز به. فنجاح الجامعات في تحقيق أهدافها يتوقف إلي حد كبير علي قدرتها علي التخطيط والتنفيذ الناجح لاستراتيجيات التسويق ومن هنا نجد أن قضية التسويق من القضايا الرئيسية في عالم المنافسة والسباق نحو الأفضل علي مختلف المستويات المحلية والإقليمية والعالمية · فمن الواضح حالياً أن التنمية الاقتصادية لم تعد تتوقف فحسب علي حجم الاستثمارات وتعظيم الإنتاج ، وإنما أصبحت أيضاً مرتبطة بالتسويق في جودته وسرعته وانتشاره ، حتي يلبي حاجات المستفيدين في المكان والزمان المناسبين تماماً · لذلك فإننا نري أن الجامعات في دول العالم المتقدمة ، قد أصبحت تتجه إلي التسويق ، وتسويق خدماتها وتصميم البرامج البحثية والتعليمية والتدريبية والمعلوماتية

للاستجابة لحاجات العملاء .·وللتسويق دور كبير في نجاح وبناء المنظمات مهمـا اختلفت أحجامها وتباينت طبيعة أنشطتها ، لذا يطلق علي هذا العصر عصر التسـويق Marketing Age ، ورغم ذلك فإن أهمية التسويق ودوره في نجاح المنظمات وتحقيق أهدافها لـم يـتم إدراكه إلا حديثا من قبل بعض الدول النامية ، في حين نجد قيام بعض المنظمـات التـي لا تهدف الي الربح كالقوات المسلحة ، والمستشفيات ، والجامعات وغيرها بالولايـات المتحـدة الأمريكية تهتم بتطبيق المفـاهيم التسـويقية ، مما أدي الي رفع كفـاءة الأداء فـي تلـك المنظمات في مختلف انشطتها ، وتمكنت من تحقيق أهدافها .

مفهوم تسويق التعليم الجامعي

تعددت تعاريف التسويق حسب وجهات نظر المهتمين به ، فكل جانب يتناولـه مـن وجهة نظره الخاصة ، فيتناوله الاقتصادي من زاوية المنافع التي يقدمها هذا النشاط للمستفيد ، والإداري من زاوية الأنشطة الإدارية · ومن مفاهيم التسويق ذات النظرة الضيقة المفهـوم الذي قدمته قديماً جمعية التسويق الأمريكية American Marketing Association وهـو "مجموعة الوظائف التي تتم في مشروعات الأعمال المتعلقة بتدفق الخدمات من المنتج إلـي المستهلك الأخير" ·

وقد تعرض هذا التعريف للانتقادات للأسباب التالية :

- لا يأخذ هذا التعريف بعين الاعتبار أن التسويق يبدأ قبل عملية الإنتاج·
- لم يبين التعريف الأنشطة المتعلقة بالتسويق بصـورة واضـحة ، وأهميـة تأديـة التسويق لوظائفه تجاه المنظمة والمجتمع ·
- لم يبين التعريف ما يجب الاهتمام به من قبل المنظمة بالنسـبة للمسـتهلكين فـي المستقبل ·

ولذلك قامت الجمعية الأمريكية للتسويقAMA بإعادة صياغة المفهوم مرة أخرى عـام ٢٠٠٧ م " التسويق هو ذلك النشاط ،الذي تقوم به المنظمات والأفراد ،والذي يعمل من خلال أو ضمن مجموعة المؤسسات ، و العمليـات لخلـق ، و اتصـال ، وتوزيـع ، و تبـادل العروض(المنتجات) التي لها قيمة للعملاء ، والزبائن و الشركاء ، و المجتمع بوجه عام ".

وينظر البعض إلي أن التسويق على أنه عملية اجتماعية فهو "تلك العملية – في مجتمع ما – التي يتم بمقتضاها توقع هيكل الطلب علي الخدمات ، والعمل علي زيادته وإشباعه عن طريق الفهم الصحيح والترويج ، والتبادل والتوزيع لهذه الخدمات · وتطالعنا الموسوعة الحرة Wikipedia The Free Encyclopedia بمفهومها عن التسويق الاجتماعي علـى" أنـه التطبيق المنهجي للتسويق ، جنبا إلى جنب مع غيرها من المفاهيم والتقنيات ، من أجل تحقيق أهداف سلوكية محددة للبضائع والخدمات الاجتماعية".

ويتم التركيز في هذا التعريف علي وظيفة التسويق في المجتمع ، وقـد أضـاف إلـي التعريفات السابقة أهمية التعرف علي حاجات المستهلك ، إضافة إلي تركيزه علـي بعـض النشاطات التي يقوم بها التسويق ، كما أن التسويق لا يهم مؤسسة الأعمال فحسب بل أصـبح يتمتع بأهمية موازية من جانب كثير من مؤسسات الخدمة العامة في المجتمع .

وفى هذا الصدد عرفا أرمسـترونج Armstrong وكـوتلر Kotler عـام ١٩٩٩م التسويق بأنه : "ما هو إلا نشاط اجتماعي وإداري من خلاله يحصل الأفراد والجماعات علي ما يحقق الإشباع لحاجاتهم ورغباتهم وذلك عن طريق تبادل المنتجات بين بعضهم البعض" ·

Marketing is a Social & managerial process by which individuals & groups obtain what they need & want , offering & exchange products with each other ونلاحظ علي هذا التعريف أن التسويق ليس نشاط أعمال فقط بـل هـو أيضاً نشاط اجتماعي وأن عملية التبادل هي الأداة التي يتم من خلالها الحصول علي الخدمات اللازمة لمقابلة الاحتياجات ·

وهذا ما نادى كل من كوتلر Kotler وليفي Levy عام ١٩٦٩ م وهما مـن أسـاتذة التسويق في الولايات المتحدة الأمريكية وقد قاما بتوسيع نطاق مفهوم التسويق ليشمل الأنشطة الخاصة بالمنظمات، التي لا تهدف إلي الربح · فاستخدام الأنشطة التسويقية في المنظمات التي لا تهدف إلي الربح كالتعليم يمكن أن تؤدي إلي رفع كفاءة الأداء لهذه الجامعات في مختلـف نشاطاتها وبفاعلية عالية ، وذلك لأن تطبيق هذه المفاهيم يساعد علي وضع الخطط لنشاطات

المنظمة ، ووضع أهدافها وتوجيه القدرات والإمكانيات ، وتحديد الفرص المتاحة وتحليلها ، وتحليل السوق ، وتحديد احتياجات ورغبات المستفيد ، وتحديد منافذ التوزيع المناسبة واختيار أفضلها ، إضافة إلي تزويد متخذي القرارات في المنظمة بالمعلومات المناسبة ·

وبخصوص مفهوم تسويق التعليم الجامعي قدم كل من كوتلر Kotler وفوكس Fox عام ١٩٩٥م مفهوما لتسويق التعليم أوضحا فيه الأنشطة التي يتحتم علي التعليم القيام بها علي النحو التالي :

"التحليل والتخطيط والتنفيذ والرقابة علي البرامج التي يتم إعدادها لتحقيق تبادل طوعي للأشياء التي لها قيمة في أسواق مستهدفة بغرض تحقيق أهداف تنظيمية ، ويعتمد التسويق بدرجة كبيرة علي تصميم العرض الذي تقوم الجامعة بطرحه بناء علي حاجات ورغبات السوق المستهدفة ، أو علي استخدام طرق فعالة للتسعير والاتصالات والتوزيع لإعلام وحفز وخدمة الأسواق" .

تحليل مفهوم تسويق التعليم الجامعي

يبين المفهوم السابق مجموعة من الأسس التي يرتكز عليها تسويق التعليم الجامعي والتي يمكن إيجازها علي النحو التالي :

- التسويق عملية إدارية تشمل التحليل والتخطيط والتنفيذ والرقابة ، كما أنه يمكن النظر إليه علي أنه عملية اجتماعية ·
- إن الهدف من تسويق التعليم الجامعي هو إحداث تبادل طوعي للأشياء التي يتم تبادلها ، وهذا التبادل لا يحدث إلا إذا كانت هناك استجابة ، فيحاول رجل التسويق marketer تقديم كل ما تحتاجه السوق المستهدفة ويتوقف التبادل علي عدة شروط هي :
  * أن هناك طرفين ·
  * كل طرف لديه شيء ذات قيمة بالنسبة للطرف الآخر ·
  * كل طرف قادر علي الاتصال بالغير ومبادلته ·
  * كل طرف له مطلق الحرية في قبول أو رفض العرض ·

والتبادل الفعال بين التعليم الجامعي والسوق يتطلب تحليلاً لما يريده كل طرف من الطرف الآخر ، أي ما سوف يعطيه ويمنحه وما سوف يستقبله ويحصل عليه.

- التسويق يعني اختيار الأسواق المستهدفة حيث أن لكل سوق أو شريحة سوقية احتياجاتها ورغباتها ، فتقديم ما يشبع حاجات الجمهور والعملاء يعتبر الهدف الرئيسي للتعليم الجامعي ، والجمهور هو مجموعة متميزة من الناس أو المنظمات التي لها اهتمام فعلي بالمؤسسة الجامعية ولها تأثير عليها .
- التسويق يهدف إلي تحقيق غرض معين ، وتسويق التعليم الجامعي يهدف إلي رفع المستوي التعليمي وجودته ، ورفع كفاءة أداء التعليم الجامعي وذلك لأن تطبيق هذه المفاهيم التسويقية يساعد التعليم الجامعي علي تخطيط نشاطاتها ووضع أهدافها ، وتحليل أسواقها أو تحديد احتياجات ورغبات مستهلكيها.
- تستخدم الإدارة الجامعية المزيج التسويقي Marketing mix المتكون من عناصره الأساسية : المنتج Product ، والتسعير Price ، والترويج Promotion والتوزيع Distribution والتي أطلق عليها ديفيد ماكرثي اسم ال 4 Ps . يوجد التعليم الجامعي في بيئة السوق في نواح خمس وهي :

- قيام التعليم الجامعي بدور المنتج للمنتجات والخدمات التعليمية لجمهور العملاء المتمثل في الطلاب ، حيث يسعي التعليم الجامعي إلي تسويق هذه الخدمات لهؤلاء الذين ينشدون العروض التعليمية.
- المؤسسات الجامعية تسعي إلي اجتذاب منح ذات قيمة ، يتم هذا النشاط بقدر من العسر من خلال بعض اتفاقات السوق ، ويعتمد علي مفاهيم معقدة خاصة بالتغيير كدعامة للتسويق .
- الخدمات القائمة علي أساس المعرفة لمكافأة الممولين والتعاقد معهم .
- ورابع هذه النواحي هو أن المؤسسات الجامعية تسعي لاكتساب ، الاستحسان والدعم العام من المحيط الأكبر والمجتمع بشكل عام .
- وأخيراً : نجد أن مؤسسات التعليم الجامعي تحكمها إحدي علاقات السوق وهي العلاقة بين الممولين والقوي العاملة .

- يحتوى المفهوم السابق علي عدة عناصر يطلق عليها عناصر مفهوم تسويق التعليم الجامعي ويوضحها الشكل التالي :

شكل (١) عناصر مفهوم تسويق التعليم الجامعي

مطالب ورغبات واحتياجات السوق

المنتجات (المخرجات) بضائع ، خدمات ، أفكار

الاقناع والرضا

التبادل

العلاقات وشبكة العمل

الأسواق | المسوق

يوضح الشكل السابق أن عناصر مفهوم تسويق التعليم الجامعي تعتمد علي ما يلي :

- حاجات ورغبات الطلبة(مثلاً التخصصات التي يحتاجها الطلبة والمجتمع) وهي نقطة البداية في أي نظام تسويقي .
- المنتج والخدمات التعليمي الجامعية وهو عبارة عن شيء ملموس أو غير ملموس يحقق إشباعاً معيناً

التبادل بين الجامعة والمستهلك وهو جوهر النشاط التسويقي .

- العلاقات مع المستهلكين والعملاء وهي أساس الفكر التسويقي الحديث .
- السوق وهي مكان أو نطاق القيام بعملية التبادل .
- المسوق وهو الشخص (الجامعة) التي تقوم بتسويق خدماتها منتجاتها .

التسويق الإلكتروني للتعليم الجامعي

مع الانتشـــار الواسع للأعمال على الانترنت ومع التزايد الانفجاري فـي شـركات الانترنت (Dot-coms) أخذت تظهر وعلى نطاق واسع في معظم الدول موجه من الابتكـار القائم على الانترنت ومن أمثلة ذلك عملية التسويق بنقرة واحـدة (one click-shopping) وكمثال للتسويق الالكتروني. ومفهوم التسويق الالكتروني لا يختلف عن المفـاهيم الأخـرى للتسويق إلا فيما يتعلق بوسيلة الاتصال بالعملاء . حيث يعتمد التسويق الالكتروني على شبكة الانترنت كوسيلة اتصال سريعة وسهلة وأقل تكلفة. فالتســـويق الالكـــتروني على حد تعبير مجدي محمد محمود طايل في ورقة العمـل المقدمـة إلـى نـدوة التجـارة الالكترونية بعنوان "توظيـف التسـويق الالكترونـي كـأداة للتميـز بمنظمـات الأعمـال" يعتمـــد بشكل أساسي على الانترنـت (Internet Based Marketing) فـي ممارسة كافة الأنشطة التسويقية كالاعلان / البيع/ التوزيع، بحوث التسويق، تصميم المنتجات الجديدة، التسعير وغيرها والتسويق الالكتروني كما يحدده مجـدى طايـل هـو نـوع مـن Micromarketing لتسويق المنتجات باستخدام التكنولوجيـا الالكترونيـة لتحديـد السـوق الاستهلاكية.

ويمكن أن يحقق التسويق الالكتروني للتعليم الجامعي الفوائد التالية:

- الإعلان عن الجامعة و عن الخدمات التي تقدمها عبر الانترنت .
- تلقي أفكار فيما يخص تحسين مخرجات وخدمات الجامعة مـن المصـادر المختلفة العملاء ، الموردين ، المخترعين.
- الحصول على البيانات والاحصـائيات المنشـورة فيمـا يخـص الكليـات والتخصصات الجامعية المختلفة.
- تلقي مطالب العملاء بشأن الخدمة الجامعية تمهيداً لسرعة تلبيتها.
- تسجيل البيانات المتعلقة بالعملاء وشكاويهم وأسبابها وماذا تم فيها.

- إيجاد صورة ذهنية طيبة للجامعة في المجتمع .
- إرسال قوائم الأسئلة والاستفسارات من خلال الانترنت والحصول على الاجابات عليها.

ومن هنا يمكن القول بأن تسويق التعليم الجامعي عملية إدارية تشمل التحليل والتخطيط والتنظيم والتنفيذ والرقابة وتهدف إلي إحداث تبادل طوعي للمخرجات التي يتم تبادلها وفقاً لاحتياجات ورغبات السوق المستهدفة لرفع كفاءة وجودة المخرجات التعليمية ، كما أنه عملية اجتماعية أيضاً تتضمن التبادل الفعال بين التعليم والسوق .وبما أننا بصدد تسويق التعليم الجامعي فلا بد من معرفة ان الفكرة الاساسية للتسويق الجامعي هي إحداث التلاؤم بين الجامعة (الكلية / القسم / الهيئة التدريسية/بيئة التعليم) ومطالب و احتياجات الزبون والذى هو (الطلبة/أولياء الامور ...) لكى تتحقق أهداف المؤسسة الجامعية التي هي في واقع الحال لا تبيع منتج أو خدمة وكنها ترضى الطلبة . وهذا الامر يتطلب منها أن تسعى دائماً إلى تحقيق احتياجات الطلبة. فالفكرة الأساسية للتسويق الجامعي هي التلاؤم بين القدرات الجامعية ومطالب الطلبة (الدارسون) لكي تتحقق أهداف الجامعة.

أهمية تسويق التعليم الجامعي

تزايدت أهمية التسويق في الجامعات وسط المستحدثات في الظروف المحيطة بتلك الجامعات ، كما تزايدت أهميته للمجتمع المحلي والدولي ، حيث إنه يحقق العديد من المنافع للمستهلك ، والمجتمع ، والجامعة ·فالتعليم الجامعي في أمَسّ الحاجة للتسويق لما يحققه من منافع وفوائد عديدة سواء بالنسبة للمستهلك ، (الجامعة) المجتمع ويمكن تحديد وإجمالُ هذه الفوائد والمنافع التي يحققها التسويق للتعليم الجامعي في النقاط التالية ·

أ- تحسين جودة الفرص التعليمية وذلك عن طريق جذب موارد أكثر للجامعة ·

ب- تحقيق كفاءة وفاعلية تنظيمية كبيرة (عالية) وذلك عن طريق التكامل والتنسيق بين الوظائف الإدارية الأخرى ·

ج- حماية الصورة الإيجابية عن الجامعة في أذهان أولياء الأمور والجمهور من العملاء ·

د- خلق سمعة أكثر تأييداً للجامعة وذلك بجذب نوعية أفضل من أعضاء هيئة التدريس علي درجة عالية من الجودة وتشجيع الطلاب في التعرف علي الجامعة واستعداداتها حتي نقلل لديهم الشعور بالغربة تجاه هذه المؤسسة الجامعية ·

هـ- توسيع (امتداد) الفرص التعليمية وذلك عن طريق مراجعة دورة حياة المنتجات الجامعية وترويج وجودهم ·

و- التأكيد علي جودة الخدمة التعليمية بالجامعة من خلال التعرف علي نوعية الخدمات التي ترضي الطلبة ·

ز- تبني عملية قرار مخططة وأكثر نظامية بهدف إدراك الأهداف الجامعية المذكورة وتحقيقها ·

ح- جذب نوعية أفضل من الطلاب والتي تتوافر فيهم المهارات التي يمكن تنميتها وتعزيزها وفقاً لسوق العمل ·

ط- تطوير المنتجات التعليمية عن طريق فهم الإطار الواسع للتغيير الذي يطرأ على الطلبة والجامعة التي يدرس فيها.

ي- مواجهة المنافسة الخارجية والداخلية للجامعات.

ك- القضاء علي عناصر الضعف في التنظيم الجامعي .

فلسفة تسويق التعليم الجامعي

علي ضوء ما سبق ، يتضح أنه قد زاد الاهتمام في السنوات الأخيرة بعلاقة التعليم الجامعي بسوق العمل وتأكيد الروابط بين العمل والتعليم وضرورة تكيف مؤسسات التعليم العالي والجامعي لتلبية احتياجات سوق العمل · فمع تناقص التمويل الحكومي لهذه المؤسسات ، تكون في حاجة ماسة للمساعدة المالية من القطاع الخاص ، فهي البديل العملي لمواجهة العجز الحكومي · ومن هنا تظهر الحاجة إلي تطوير برامج لها القدرة علي التكيف والتنافس في نظام السوق المفتوح وذلك حتي تجتذب المزيد من العملاء ، والعمل علي إرضائهم الأمر الذي يتطلب أن تتمثل العلاقة الفلسفية بين مؤسسات التعليم الجامعي والسوق كما جاء في دراسة الهلالي الشربيني الهلالي عن التعليم مدي الحياة والسوق (دراسة تحليلية في ضوء بعض النظريات الفلسفية) عام ٢٠٠١م في أمور كثيرة من بينها ما يلي :

أ- تسويق الجامعات لقدرتها الفكرية والبحثية حيث ينظر إلي الجامعات علي أساس أنها تعمل علي تسويق التكنولوجيا إلي المستخدمين في القطاع الخاص من ناحية وأنهـا مستودع للفكر من ناحية أخري ٠

ب- الاستهلاكية Consumersim : حيث يُنظر إلي الطلاب علي أساس أنهم زبائن أو عملاء أو مستهلكون ، و ينصب التركيز علي كيفية التسويق الفعال لمنتج عبارة عن شخص ما وهو هنا الطالب الأمر الذي يتطلب تصميم التعليم بطريقة تساعد علي تزويد الطلاب بالمؤهلات التي تجعلهم يتقدمون إلي أعمال تنطوي علي مزيد مـن المنافسة ٠

ج- الماكدونالية McDonalization حيث يُنظر الى الجامعات على أنها مثل سلسـلة مطاعم الوجبات السريعة ، متوقع منها الآن أن توفر خدمة فعالة يمكن التنبؤ بهـا ، وحتي يتم ذلك فهناك حاجة إلي معايرة المنتج Product standardization .

فالهدف الأساسي لفلسفة التوجه التسويقي هو إشـباع وإرضـاء رغبـات المسـتهلك واحتياجاته ، فكل مؤسسة جامعية لها مدي مختلف ومتنوع من المستهلكين متضمناً الطلاب ، وأولياء الأمور ، والحكومة وأعضاء هيئة التدريس والمجتمع ، وتـوجيه السـوق يشـير إلي كـل هذه المجـموعات ، ومـثل هـذا التوجه يمثل فلسفة كلية holistic ، تقوم هذه الفلسفة علي العناصر التالية :

١- التوجه بالمستهلك :

أي أن يكون المستهلك المحور الرئيسي الذي تدور حوله كل أعمال التعليم الجـامعي مما يتطلب تحديد احتياجاته ، وتقسيم السوق إلي مجموعات من المستهلكين ، ثم العمل علـي تلبية حاجات السوق بما يؤدي إلي إشباع رغبات المستهلكين ، ويعد توجيه استراتيجية التعليم الجامعي بحاجات ورغبات المستهلك من الظواهر الأساسية لاقتناع الإدارة بالمفهوم التسويقي الذي استحوذ علي اهتمام كبير لدرجة أن اصـطلاحي "التوجـه بالمسـتهلك" ، و "التوجـه بالتسويق" صارا يستعملان للدلالة علي استخدام نفس الفلسفة ٠ فالتوجه بالمستهلك يفترض أن احتياجات ورغبات الطلاب لابد من إشباعها ، والتوجـه بالتسـويق يفتـرض أن العمـلاء والمستهلكين ينبغي أن يكونوا علي وعي بهذه الاحتياجات حتي تتاح لهم فرصة اختيار أجود هذه المنتجات من بين المنتجات الأخري والمنافسة ٠

٢- التكامل :

يقوم تسويق التعليم الجامعي علي التكامل ، ويتم ذلك علي مستويين : التكامــل بــين الأنشطة التسويقية ، والتكامل بين أنشطة التسويق والأنشطة الأخري بالجامعة ، بغية التنسيق بين الأنشطة لإشباع حاجات ورغبات المستهلك بما يحقق أهداف التعليم الجامعي ، فتكامــل أنشطة التسويق يتطلب الارتباط بين الوظائف التسويقية ، فإقبال المســتهلك علــي منتجــات التعليم الجامعي يتوقف علي : نوعية هذا المنتج ، وطبيعته ، ومنافــذ التوزيــع المســتخدمة لإيصاله إلي المستهلك ، والأنشطة الترويجية ٠٠ كل هذه العناصر تؤدي إلــي التــأثير فــي المستهلك ودفعــه لاخــتيار المنــتج الجــامعي ٠ وبالإضــافة إلي ذلك فإنه ينبغي أن يكون هنــاك تكــامــل بيــن الأنشــطــة التســويقية الأخرى فــي التعــليم الجامعي لكي يحقق المفهوم التسويقي النتائج المرجوة : فقرارات وأنشطة الإدارات الجامعية لها الدور الأساســي في تمكين الجامعة من جذب العملاء والمحافظة علي ولائهم لها ولا يــتم ذلــك إلا بإشــباع رغباتهم وتحقيق رضاهم.

٣-التوجه الاجتماعي للتسويق :

ظهرت هذه المرحلة حديثاً حيث زاد الاهتمام بالمستهلك وحمايته من الاستغلال وزاد الوعي بأهمية المحافظة علي مصالح المجتمع ، وقد أدي ذلك إلي ظهور فلسفة جديــدة مــن مراحل تطور مفهوم التسويق الجامعي تميزت بالتوجيه بالمسئولية الاجتماعية ، حيث تركــز الاهتمام في هذه المرحلة علي رفاهية المستهلك في الأجل الطويــل ، ومصــلحة المجتمــع والجامعة في نفس الوقت ، إن رفاهية المستهلك(الطلبة واصحاب العمل ......) فــي الأجــل الطويل لا تغير من مفهوم التسويق ، بل تجعله أكثر اتساعاً لخدمة الأسواق وخدمة مجتمعهــا ،هذا وإن ما تركز عليه هذه المرحلة الفلسفية هو أن الجامعة بمفهومها الحديث توجد لخدمــة أسواقها - بمعني أنها تستمد كيانها من السوق ، أي من المجموعات التي تخدمها وتؤثر فيها ، وعليه فهي فلسفة تعبر عن العلاقة التي يجب أن تكونها الجامعة مع أسواقها ومستهلكيها ، ففي التعليم الجامعي ظهرما يسمى بفلسفة تسويق العلاقات Marketing Relations وتقــوم هذه الفلسفة علي اعتبار أن مؤسسات التعليم الجامعي منظمات صغيرة ، ولا تهدف لبيع منتج صغير أو تقديم خدمة لعملائها ولكن العلاقة تبني علي المشاركة والثقــة المتبــادلة ٠ فهــي

تؤكد أن التسويق علاقة تبني داخل وخارج الجامعة لإيجاد صلة بين المستهلك والجامعة وهذا ما أكد عليه كل من جين براون و ايزهار اوبلاتاكا Izhar Oplatka و Jane Hemsley-Brown عام ٢٠٠٦ م حيث أكد كل منهما على أن التعليم الجامعي أساسه التعامل مع أفراد الأمر الذي يتطلب الاهتمام بالعلاقات مع المستهلك · وفلسفة تسويق العلاقات ينبغي أن تؤمن بها الجامعات لأنها عامل أساسي في الحفاظ علي رضا المستهلك عبر الزمان ، كما أن لديها القدرة علي عمل التزامات طويلة الأجل للطلاب والمتبرعين والممولين والمجتمعات ، بالإضافة إلي أنها تسعي إلي البحث عن العلاقات الانسجامية بين الجامعة والمستهلك.

وعلي ضوء ما سبق ، نلاحظ أن الفلسفة التسويقية للتعليم الجامعي تقوم أساساً علي إرضاء المستهلك والعمل على إسعاده وإشباع احتياجاته ورغباته ؛ فالتسويق في التعليم الجامعي هو الاستجابة الأكثر تناسباً للبيئة الجديدة ، فهو بحاجة إلي التأكيد علي مجموعة من المداخل التسويقية ، وهذه المداخل التي تمثل الفلسفة الكلية holistic لتسويق التعليم الجامعي هي:

المدخل الأول : قبول السوق Market acceptance :

ويعكس مدخل قبول السوق (التوجيه بالمنتج ، والبيع) فالتعليم الجامعي يقبل وجود العملاء في السوق ، ولكن التركيز يكون علي المنتج وبيعه وهذا المنظور منظور داخلي Inwarding looking وهو يفترض أن الجامعة تعرف أكثر عما يريده عملاؤها واحتياجاتهم فهي تفشل في رؤية الأشياء من وجهات نظر المستهلكين · وهذه استجابة غير كافية في البيئة الحالية ؛ لأنها تفشل في التعرف علي الاحتياجات الحقيقية للمستهلكين وتتجاهل قوة تحول المستهلك وتغير رغباته ·

المدخل الثاني : الجامعة التي تقودها السوق Market driven :

في مدخل قيادة السوق للجامعة نجد أن الجامعة تدرك أن عملاءها لديهم رغبات تحويلية واحتياجات داخلية ، فالجامعة هنا تنتج احتياجات المستهلك ورغباته وتحاول تزويده بمزيج من أنسب العروض لإشباع هذه الرغبات ، والخطر في هذا المدخل هو أن الجامعة تكون تابعة أكثر بدلاً من أن تكون قائدة Follower rather than leader ، فاتباع حاجات

المستهلك ورغباته فقط قد يجعل الجامعة تتجاهل بعض المجالات المهمة في رسالتها وذلك في محاولة للحصول علي أكبر عدد من العملاء والحصول علي نصيب في السوق ·

المدخل الثالث : الجامعة التي تقود السوق Market driving :

وهنا تقدم الجامعة مدخلاً فرضياً يقوم علي المبادرة ، سمته الأساسية هي القيادة التحويلية والأنشطة المنظمة للمشروعات الجامعية فالجامعة تحاول قيادة المستهلك وتعمل علي توقع احتياجاتهم واكتشاف الاحتياجات الأكثر عمقاً والتي لم تشبع بعد ، فالتأكيد هنا يكون علي الجامعة ودورها الإبداعي والتجديدي بتقديم مجموعة من العروض التي تشبع رغبات المجموعة المستهدفة من المستهلكين في تقسيمات السوق المرغوبة ·

المدخل الرابع : التكامل مع السوق Market integration :

في هذا المدخل نعترف أن التسويق عملية متكاملة ، فيجب أن يتكامل التسويق كلياً في كل المجالات سواء المجال الثقافي والاستراتيجي والمستويات التنظيمية للجامعة · ويقوم هذا المدخل ويركز علي "العلاقات ؛ فالتحدي هنا هو إدارة العلاقات بين الجامعة وأفراد المجتمع ، وجذب المستهلكين للجامعة والمشاركة في تطوير أدائها ، والتكيف مع ما تقدمه وتنتجه الجامعة ، وهذا يعني تأسيس وعمل شبكات وتحالفات وشراكات وائتلافات من خلال عملية اندماج وتفويض متبادل المنفعة وقائم علي هذه العلاقات · وهذا المدخل أكثر من المداخل الثلاثة السابقة يأخذ في الاعتبار احتياجات ورغبات كل الأطراف ، أي تسويق العلاقات والحفاظ عليها بين الجامعة والمستهلك حتي تكون هناك نتائج أكثر إبداعا وتكاملا وتجديدا ·

الأساليب التسويقية للتعليم الجامعي

يقصد بالأساليب التسويقية في هذا المجال : تقسيم السوق ، وتحليل سلوك المستهلك وهي تعتبر من الأساليب الأساسية في اتخاذ القرارات التسويقية بصرف النظر عن نوع أو طبيعة عمل الجامعة ، ويساعد استخدام هذه الأساليب علي تحقيق أهداف التعليم الجامعي بكفاية وفعالية · فالسوق عنصر هام في تلك العملية ومن خلاله تتم عملية التبادل بين الجامعة والمستفيد ، فهو العنصر الأساسي في العملية التسويقية ·

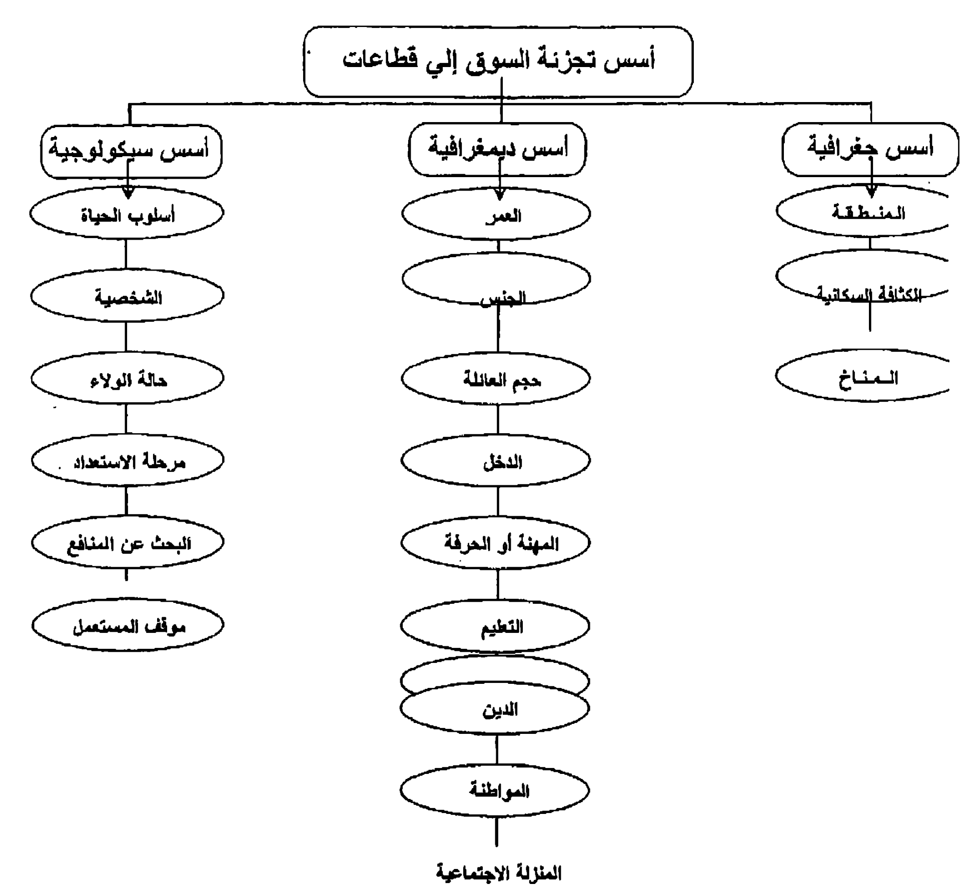
سوق التعليم الجامعي :

لكل منظمة تقريباً أسواق متباينة بدرجة تسمح بتقسيمها إلي قطاعات طبقاً لأساليب مختلفة ، ومن الطبيعي أن يختلف الأسلوب المستخدم باختلاف طبيعة الحاجات والرغبات ، ومدي الاستجابة للمؤثرات التسويقية المختلفة · ويمثل تقسيم السوق جزء من تخطيط نظام التسويق ، ولا يبدأ فقط بالتميز بين المنتجات بل يقدم علي أساس التميز بين مجموعات المستفيدين ، فتقسيم السوق يحقق درجة من التجانس تمكن المنظمة من تصميم نظم تسويقية ملائمة لكل سوق ؛ فمعرفة القطاعات السوقية يعد شرطاً لنجاح أية منظمة في أعمالها ، حيث إن تقسيمها يسهل إدارتها وهذا ما أكد عليه كل من هسوان فو هو وتشيا تشي هانج Hsuan-Fu Ho and Chia-Chi Hung عام ٢٠٠٨ م حيث أكد كل منهما علي ضرورة تقسيم السوق واختيار السوق المستهدفة ودراسة وضع المنتج الجامعي في هذا السوق بهدف تصميم استراتيجية تسويق ناجحة، ويمكن المنظمة من تقييم الفرص المتاحة أمامها في تلك الأسواق ، ويساعدها في ترتيب القطاعات السوقية تبعاً لقيمتها الحالية والمستقبلية ، وما يترتب علي ذلك من تحديد الأهداف التسويقية ، وقيامها بالتوزيع الأفضل لمواردها وهذا ما يسهل عليها عملية تقييم أسواقها أو تدفق المعلومات التسويقية ، وزيادة حساسية المنظمة للتغيرات التي تأخذ مكانها في السوق ، مما يساعدها علي إعداد استراتيجيات المزيج التسويقي من ترويجية وتسعيرية وتوزيعية واستراتيجية المنتجات ، وتمكينها من تعديل تلك الاستراتيجيات بما يتناسب واحتياجات ورغبات المستفيدين.

وسوق التعليم الجامعي هو المستفيدون الحاليون والمرتقبون للخدمات الجامعية وتقسيم السوق يحقق درجة من التجانس تمكن الجامعة من تصميم نظم تسويقية ملائمة لكل سوق ؛ فمعرفة القطاعات السوقية يعد شرطاً لنجاح أية جامعة في أعمالها ، حيث إن تقسيمها يسهل إدارتها ومن الأساليب التي يمكن استخدامها لتجزئة وتقسيم سوق التعليم الجامعي ، ما أكد عليه كوتلر في كتابه "تسويق المنظمات غير الهادفة للربح" حيث قام بتقسيم السوق طبقاً لأسس جغرافية وأسس ديموغرافية ، وأسس سيكولوجية فقسم السوق جغرافياً geographical إلي (المكان ، الكثافة السكانية ، المناخ) وديموغرافيا (العمر، دور الحياة ،

التعليم ، الجنس ، حجم العائلة) واجتماعياً واقتصادياً (الدخل ، البحث عن المنفعة ، أسلوب الحياة ، الولاء للمنتج ، الموقف كما في الشكل التالي :

شكل رقم(٢) أسس تجزئة السوق



تحليل سلوك المستهلك :

يلعب المستهلك في مجال التعليم الجامعي دوراً مهماً في نشاط المؤسسات التي تقوم الجامعة بتقديم منتجاتها وخدماتها لها · حيث إنه لا يمكن للجامعة أن تنجح في تحقيق أهدافها ، إلا إذا قامت بتحديد مستهلك تلك المنتجات وإدراك الدور الذي يلعبه ، وما يتطلبه من دراسة سلوكه والتنبؤ به لمعرفة آرائه ومقترحاته بغرض تحديد احتياجاته ، ومطالبه ، حيث إنه لا يمكن إنتاج المنتجات والخدمات الجامعية المناسبة ، إلا إذا تم تحديد لمن يتم إنتاجها ، كما لا يمكن وضع المزيج التسويقي للتعليم الجامعي إلا إذا تم تحديد لمن يوجه هذا المزيج· ولذلك يعد المستهلك نقطة البداية التي ينبغي أن تسبق الإنتاج وتوجه باستمرار طبقاً للمفهوم التسويقي الحديث الذي يهدف إلي تحقيق احتياجات المستهلك ورغباته ، بحيث يكون ذلك هو الهدف الرئيسي الذي تسعي الجامعة لتحقيقه والذي ينبغي أن تأخذه في الحسبان عند إعداد خططها ، ولذلك فإن تحليل سلوك المستهلك يعتبر المدخل الناجح لعملية التسويق في تحديد احتياجاته غير المشبعة باعتبار أن مفهوم التسويق الناجح هو البحث عن حاجات المستهلك وإشباعها ·وتنقسم العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك الجامعي إلي نوعين رئيسيين هما :

أ- المؤثرات الفردية :

وتشمل المؤثرات الفردية كلاً من الحاجات والدوافع والإدراك والاتجاهات · إن تفاعل هذه المؤثرات مع المؤثرات البيئية يؤدي إلي التأثير في سلوك المستهلك حيث تؤثر الدوافع في إيجاد شعور ذاتي لدي الفرد وتوجهه نحو الهدف من تأمين احتياجاته بصورة كافية وتنقله من حالة التوتر إلي حالة التوازن ، كذلك تؤثر الاتجاهات من حيث تقدير الشيء أو الفكرة أو الميل إليها ، وتختلف الاتجاهات حسب أوجه الرغبة ، ومقاومة التغيير · هكذا فإن هذه المؤثرات ترتبط بشخصية المستهلك حيث إنها تعتبر من أهم العوامل المؤثرة في سلوك مستهلك التعليم الجامعي وقد حدد كل من دال لويسون وجون هاوس Dal M.Lewison and Jon M. Hawes أربعة عوامل أفقية تظهر القوى المؤثرة على سلوك المستهلك في مجال التعليم الجامعي وكان أهمها العامل المتعلق بالمتعلم المهني Career Learner أي الطالب الذى يكون هدفه الأساسي البحث عن الخدمات التعليمية المبنية على الارشاد المهني بهدف اكتساب المهارات التي تمكنه وتعزز فرص الحصول على وظيفة وتحقق له الامن والرضا الوظيفي والاجتماعي ونظراً لأن جودة الخدمة والمنتجات التعليمية وتوصيلها

أصبحت من أهم أهداف مؤسسات التعليم العالي ، فإن جودة الخدمة والمنتجات التعليمية اليوم هي نفسها قناعة ورضاء المستهلك Customer Satisfaction ويرتبط ذلك بنمـوذج يقـوم على متغيرين: المتغير الأول وهو وجود الخدمة المدركة والتي تعرف بأنها تقييم عام لجـودة أو سوء المنتجات التعليمية الجامعية ، أو بعبارة أخري الاتجاه attitude تجاه هذه المنتجات . والمتغير الثاني : وهو رضا العميل Consumer Satisfaction نحو هذه المنتجات الجامعية وهذا الرضا مساو للاتجاه ولكنه قصير الأجل وينتج عن تقييم محدد لخبرة الاستهلاك .

ب- المؤثرات البيئية :

وتمثل الإطار العام الذي يتم فيه السلوك ، كما أنها تؤثر جزئياً فـي أسـلوب تحديـد السلوك الإنساني في مجال الاستهلاك . ومن أهم هذه المتغيرات العلاقـات التفاعليـة بـين المستهلكين وهي تعكس أثر التفاعل بين المستهلك وغيره من الأفراد وتأثير هذا التفاعل فـي شكل اتجاهات الفرد وميوله ودوافعه من ناحية ، كذلك تأثيره علي أنماط السلوك النهائية التي يبديها كمستهلك ويمكن توضيح هذه المؤثرات البيئية المختلفة من خلال النموذج التالي:

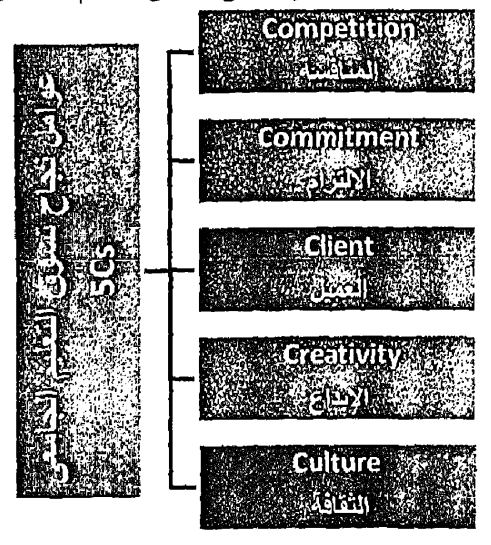
شكل (٣) نموذج اتجاهات الطلاب المتقدمين للتعليم الجامعي

نلاحظ من خلال هذا النموذج أن اتجاهات الفرد المتقدم للتعليم الجامعي تختلف وفقاً لشخصياتهم وسماتهم بالإضافة للمؤثرات المختلفة سواء من الناس أو الوكالات الموجودة في البيئة كما هو موضح بالشكل السابق ، وتتكون اتجاهات الأفراد المتقدمين من المعرفة والمشاعر والعاطفة والإدراك ومن المتغيرات الأخرى التي تؤثر في تقدم الطلاب للمؤسسة التعليمية ومعتقداتهم عن هذه المؤسسة ومكانها وتكلفتها وتسهيلاتها المختلفة التي تميزها عن المؤسسات الأخرى . وهذه هي المتغيرات التي يعتزم الطالب - وفقاً لها - التقدم لتلك المؤسسة الجامعية وتفضيلها عن غيرها .

عوامل نجاح تسويق التعليم الجامعي

هناك مجموعة من العوامل التي تتحكم في نجاح تسويق التعليم الجامعي وتوجه نحو السوق، هذه العناصر هي : "الثقافة" ، "الإبداع" ، "الالتزام" ، إلا أن نقطة الانطلاق لها جميعاً هي "العميل أو المستهلك" ، ومن ثم أصبح لزاماً إضافة العنصر الرابع وهو العميل وأصبحت تسمي هذه العناصر باسم 4Cs ثم أضيف إليها عنصر آخر في غاية الأهمية وهو "المنافسة" لتصبح 5Cs وفي الحقيقة إن المنظمة سواء أكانت شركة أم مؤسسة تعليمية لابد أن تُقَيِّمَ نفسها وفقاً لهذه المعايير ثم تقوم بصياغة الاستجابة الخاصة بها والتي تتلاءم مع تاريخها وبيئتها وهذه العوامل كما يوضحها الشكل التالي هي :

شكل (٤) يوضح العوامل المساهمة في نجاح تسويق التعليم الجامعى



أ- الثقافة **Culture :**

الثقافة هي العنصر غير الملموس والأكثر إشكالية من عناصر إدارة المؤسسة التعليمية ، فأكثر المحددات أهمية لثقافة المؤسسة التعليمية هو "جودة القيادة" فالثقافة في جوهرها ما هي إلا وظيفة القيادة وخصائص القائد سوف تنعكس من خلال الجامعة . إن لهذه الحقيقة دلالتها المثبتة في الصناعة والتجارة وعلي شاكلتهما في التعليم حيث تمثل قيم واتجاهات وسلوكيات إدارة المؤسسات التعليمية العوامل الأساسية المحددة لمدي قدرة المؤسسة التعليمية علي إبراز صورة المجتمع الذي تقع فيه . القيادة الإيجابية تساعد علي تأكيد حقيقة أن التسويق الفعالة هي أكثر العناصر أهمية ويجب أن تكون في مقدمة عمليتي التخطيط واتخاذ القرار ، كما أنها عامل أساسي في حياة المؤسسة التعليمية ، وينعكس ذلك بدوره علي وضوح أهداف المؤسسة التعليمية وغاياتها ومدي كونهما أساساً للأداء والتقييم . وهذه القيم والأهداف مستمدة من سمة أخري مهمة من سمات ثقافة المؤسسة التعليمية وهي "الحساسية" تجاه البيئة والرغبة في تغييرها ويقتضي ذلك تحديد نقاط القوة والضعف للجامعة بحيث تزهو بمناطق قوتها ، وتكون منتبهة لنقاط ضعفها وتعمل علي تحسينها .

ب- الإبداع Creativity :

يقصد بالإبداع قدرة أي منظمة علي خلق استجابة فريدة إيجابية فعالة للظروف المتغيرة وهي استجابة تقوم بحل المشكلات عن طريق تحسين الخدمات وقيام الجامعة بدور حل المشكلات هو أحد العناصر الأساسية لنجاح وتسويق مخرجات التعليم ويتطلب ذلك خاصيتين:

- الخاصية الأولي : هي القدرة علي تشخيص عناصر أي مشكلة بدقة وذلك وفقاً لمدركات أطراف هذه المشكلة .
- الخاصية الثانية : هي القدرة علي إبراز استجابات تخيلية تعيد حل القضية بحيث يتحقق الرضا المتبادل لجميع الأطراف ومن ثم ينتهي الأمر .

ويكون التسويق إذن بصدد توقع الاحتياجات المتغيرة مع الحساسية تجاه التغيرات الاجتماعية والاقتصادية وإعداد استراتيجيات تدفع المؤسسة التعليمية للأمام مع ذلك نجد أن الوسيلة الخلاقة تحتاج إلي وسيلة ابتكارية لنقلها ، فالإبداع في إدارة المنهج لم يوافقه إبداع في توصيله ، ودائماً ما تركز المؤسسة التعليمية علي المنتج علي حساب العميل . فمن الضروري أن يكون الإبداع قادراً علي إظهار أكثر الوسائل ملاءمة لتعريف العميل بمصداقية المنتج علي أن يكون العمل انطلاقاً من احتياجات العملاء بدلاً من افتراض أن جميع التغيرات التربوية متسقة ، مفهومة ، شرعية من تلقاء ذاتها .

جـ- العميل Clients :

يعني التسويق بالاستجابة لاحتياجات العميل ، والتي يفضل تعريفها من حيث "الوفاء بالمتطلبات أو "الملاءمة للغرض" ، وبأسلوب آخر يعني التسويق بتوسيع مدي إدراك احتياجات العميل ومن ثم مواجهتها . وعلي هذا فإن عناصر مواجهة مجموعة محددة من احتياجات العميل سوف تتنوع وفقاً للعميل وأيضاً وفقاً لأسلوب الاتصال ، فمن المستحيل أيضاً أن نرسم خطاً بين المؤسسة التعليمية وبيئتها ونقول أن التسويق يبدأ من بعد هذا الخط ، فنجد أن عدداً لا نهائيا من الأفراد سيشترك في ذلك ويصبح هؤلاء الأفراد جميعاً جزءاً من علاقة التسويق ولسوء الحظ أنه عادة ما ينظر إلي علاقة التسويق علي أنها عملية ذات اتجاه واحد بمقتضاها تحاول المؤسسة التعليمية بيع خدماتها ومنتجاتها إلي السوق الخارجية المرتقبة · إنها لنظرة شديدة الضيق تحتاج إلي أن يحل محلها مدخل متعدد الأبعاد وينظر إلي التسويق

من حيث كونه عملية تفاعل متواصل بين مجاميع العملاء المختلفة داخل الإطار الكلي المؤسسة التعليمية الجامعية. حيث تعرف مجموعات العملاء هنا علي أنها "مصادر للأفكار والمعلومات وليس مجرد مجموعة مستهلكين".

د- الالتزام **Commitment :**

إن المنظمات الناجحة في تسويق منتجاتها وخدماتها اعتادت إنشاء نوع من الالتزام بدلاً من أن تنتظر هذا الالتزام من واقع فاعلية عقد الموظف . ومن ثم هناك تركيز علي توصيل قيم المنظمة علي نحو متكرر وأيضاً توصيل المبادئ التي تقف وراء هذه القيم . إن كل المشاركين في عملية التسويق يعرفون السبب الذي أنشئت المنظمة لأجله كما يعرفون السبب وراء تبني سياسيات واستراتيجيات معينة ، ويتم الوصول إلي الالتزام إذن عن طريق الاتصال ، والتوضيح ، ولهذه الحقيقة تضميناتها الواضحة في الجامعة من حيث انتقاء ، وامتداح ، وتنمية أعضاء هيئة التدريس والطلاب والبرامج ، فدائماً ما يكون الالتزام وظيفة تفاهم ويقتضي ذلك أن يعيش كل طالب قيم المؤسسة التعليمية ورسالتها وأهدافها المحددة .

هـ- المنافسة **Competition :**

يتأثر البرنامج التسويقي للمنظمة بالمنافسة السائدة وهي إما منافسة بين المنظمات التي تقدم نفس المنتج ، أو المنافسة بين المنتجات البديلة التي تشبع نفس الحاجة لدي المستهلك أو المنافسة بين جميع المنظمات الموجودة في السوق . ومن الضروري للمسئول عن التسويق الفهم الكامل للبيئة التنافسية المحيطة بالمنظمة ومعرفة درجة وقوة وحدة المنافسة بها .

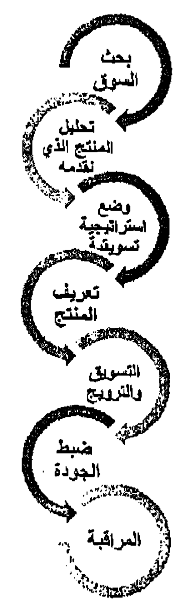
وكذلك الحال بالنسبة للمؤسسات التعليمية فيجب أن تحدد أي أنواع المنافسة يجب أن تواجهها ، ثم تحدد عناصر التنافسية في كل خدمة ، منتج ، اختراع ، معلومات ، أبحاث في كل سوق من الأسواق الخاصة بالتعليم الجامعي . فالمنافسة قوي من قوي السوق ، فعن طريقها تسعي المؤسسة التعليمية إلي التغلب علي أوجه القصور والخلل الموجودة بنظمها وذلك من أجل البقاء وتحسين مركزها التنافسي في السوق .

دورة تسويق التعليم الجامعي :

١- دورة تسويق مخرجات التعليم :

يمر تسويق مخرجات التعليم بمراحل سبع رئيسة أو ما يطلق عليه "دورة التسويق" Marketing Cycle كما حددها برنت دايفز **Brent Davies** ويمكن توضيحها في الشكل التالي :

شكل (٥) يوضح دورة تسويق التعليم الجامعي



أ- بحث التسويق Marketing Research :

يعني هذا النشاط بتحديد العميل الذي سوف تقدم له الخدمة وتحديد المنتج الذي يريده العميل ويتضمن ذلك : تقييم احتياجات العملاء من التعليم وتحديد العوامل التي تؤثر فيهم بالنسبة لقراراتهم التعليمية ويعتبر بحث السوق هو الخطوة الأساسية في تسويق التعليم .

ب- تحليل المنتج **Analyze your product :**

يمكن تحليل المنتج التعليمي الذي تقدمه المؤسسة التعليمية باستخدام أسلوب التحليل الرباعي والذي يرمز له بـ SWOT ويقصد به تحديد مناطق القوة Strengths ، ونقاط الضعف weakness الفرص Opportunities ، والتهديدات Threats التي تواجه الجامعة.

جـ- وضع استراتيجية تسويقية **Develop marketing strategy :**

وهذه المرحلة تتضمن تقرير أهداف استراتيجية التسويق والأهداف المطلوب تنفيذها وهذه الأهداف من الممكن أن تكون طويلة الأجل ولكن الأكثر أهمية أن هذه الاستراتيجية يجب ألا تكون عائقاً bolt للخطط الإدارية الأخرى فيجب أن تكون جزءاً متكاملا مع الإدارة التعليمية ككل بهدف تحسين المؤسسات التعليمية وتطويرها .

د- تعريف المنتج الذي نقدمه **Define & redefine the product :**

يجب علي جميع الأفراد العاملين بالمؤسسة التعليمية ولا سيما أعضاء هيئة التدريس أن تكون لديهم رؤية محددة بوضوح حول هذه المؤسسة وما تتميز به فرص ونواحي قوتها وتقديمها لعملائها ، فالعملاء بأمس الحاجة للحصول علي صورة واضحة وصادقة لما يجب أن تقدمه المؤسسة التعليمية من صفات ومنتجات .

هـ- التسويق والإعلان **Marketing & promotion :**

وهنا يجب التمييز أولاً بين الأسواق الداخلية والخارجية . فالأسواق الداخلية تتكون من المديرين وأعضاء هيئة التدريس والطلاب والآباء . كل هؤلاء الأفراد بحاجة إلى رؤية واضحة ومحددة حول أهداف المؤسسة التعليمية وخططها الجارية لتعليم الطلاب ، فهؤلاء الأفراد ذو فعالية بالنسبة للتعليم ؛ لأنهم بمنزلة سفراء عن المؤسسة التعليمية وعليهم المشاركة في الأنشطة والخطط التعليمية .

والأسواق الخارجية تحتوي علي الناس والمنظمات والشركاء الذين نريد التأثير فيهم لقبول المنتج وأهمية جودته ، ويشمل ذلك رجال الأعمال والمنظمات المحلية ، الوكلاء ، المكاتب الاستشارية الذين يحتاجون هذا المنتج التعليمي .

و- ضبط الجودة ومؤشرات الأداء Quality control & Performance indicators:

تعمل المؤسسة التعليمية في إطار سلسلة من مؤشرات الأداء لتقييم ما إذا كانت قد حققت أهدافها ، فقد يكون بإمكان المؤسسة التعليمية تسويق منتجاتها علي المدي القصير ولكنها لا تستطيع أن تحتفظ بطلابها علي المدي الطويل إلا إذا قدمت لهم ما قد وعدتهم بتقديمه ، وقد تكون مؤشرات الأداء هذه قصيرة المدي أو تكتيكية .

ز- المراقبة Monitoring :

وهذا لتقييم مدي فعالية عملية التسويق التعليمي ، فهل كل الآباء الآن لديهم المعلومات الصحيحة قبل اختيار المؤسسة التعليمية التي تناسب أبناءهم ؟ أي الحصول علي معلومات كافية عن تعلم أبنائهم . ويكون هذا بالحصول علي التغذية الراجعة وتقييم النتائج ومراجعة وتطوير استراتيجية التسويق ، ويمكن أن تتم هذه المراجعة من خلال الطرق التقليدية مثل المناقشات مع الآباء وأعضاء المجتمع المحلي من شركات ومنظمات ورجال أعمال أو بطريقة رسمية عن طريق إرسال استفتاءات تابعة للآباء السابقين والمرتقبين وكذلك رجال الأعمال حول جودة منتجات المؤسسات التعليمية .

المزيج التسويقي للتعليم الجامعي

يتوقف نجاح أي مؤسسة جامعية في تسويق مخرجاتها علي درجة نجاحها في اختيار المزيج التسويقي الأفضل Marketing Mix والذي يعرف باسم الـ 4PS والتي حددها ديفيد ما كرثي في أربعة عناصر وهي : المنتج Product والسعر Price والترويج Promotion والمكان Place باعتبار ذلك المزيج التسويقي متضمناً الأدوات التسويقية التي يعتمد عليها في تحقيق أهداف المؤسسة التعليمية و يتألف المزيج التسويقى من يمكن أن تفعله الجامعة للتأثير على الطلب على الخدمات التي تقدمها للمستهلك وتعددت عناصر المزيج التسويقي لتصل في بعض الأحيان إلي 11PS وفقاً لطبيعة المؤسسة وأهدافها فتضمنت عناصر مزيج تسويق التعليم الجامعي (المنتج والترويج، والسعر ، والتوزيع، والعلاقات، والجمهور، والتسهيلات المادية والعمليات ....)وارتبطت عناصر المزيج التسويقي بالجودة وأصبح يعتمد نجاح تسويق المخرجات الجامعية بدرجة كبيرة علي جودة الخدمة المقدمة للعملاء

ومن العناصر الاساسية للمزيج التسويقي للتعليم الجامعي ما يلي:

أولاً: الخدمة أو المنتج (المخرج) :

يمثل المنتج أحد عناصر المزيج التسويقي الذي يمن لمدير التسويق اتخاذ قرارات بشأنه ويؤثر هذا العنصر بالإضافة للعناصر الأخري للمزيج التسويقي في فعالية الاستراتيجية التسويقية وتحقيقاً للأهداف المرجوة .والمنتج كما عرفه جوليان يودلسون Julian Yudelson عام ١٩٩٩م هو "كل ما يقدم إلي السوق لإشباع حاجتها ويشمل السلع الملموسة والخدمات والأفكار والأماكن والأشخاص" . ومن المهم التفرقة بين ثلاثة مستويات لمفهوم المنتج كما يلي :

- المستوي الأول : ويتعلق بالمنفعة الأساسية التي يسعي المستهلك للحصول عليها من استخدام المنتج..
- المستوي الثاني : ويتعلق بخصائص المنتج من حيث جودته وتصميمه .
- المستوي الثالث : ويتعلق بمجموعة المنافع التي تقدم مع المنتج .

ويعرف المنتج الجامعي بأنه "جميع الخدمات التي تقدمها الجامعة والتي تهدف أساساً إلي إشباع حاجات ورغبات المنتفع" .

خصائص المنتجات الجامعية :

تتميز المنتجات الجامعية بعدة خصائص تميزها عن غيرها من المنتجات الأخري وهي علي النحو التالي :

أولاً : تتميز المنتجات الجامعية بأن بعضها غير ملموسة (Intangible) ، فلا يمكن تخزينها أو اكتسابها بشكل مادي . وهذا يجعل اختيار المستهلك صعباً لأنه لا يتذوقها ولا يلمسها ولكن يشعر بها وبجودتها .

ثانياً : السمة الأساسية للمنتجات الجامعية تكمن في بعدها الإنساني فمن منظور المستهلك ، يتصل التعليم الجامعي بهؤلاء الأفراد المسئولين عن توصيل الخدمات والمنتجات الجامعية : فأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم ومهارتهم ، وحماستهم ، والالتزام ، والشخصية تشكل جزءاً متكاملاً للمنتج الجامعي .

ثالثاً : الخاصية الثالثة والتي تميز التعليم الجامعي هي الثقة ؛ فالخدمات والمنتجات الجامعية يمكن وصفها فقط ، فلا يمكن قياسها أو فحصها فيزيقياً لبيعها ولذلك فإن العملاء يسعون لاكتساب الخدمات والمنتجات الجامعية علي أساس أنها تقدم خدمة أو منافع معينة ٠

رابعاً : علي الرغم من الطبيعة غير الملموسة لمنتجات التعليم الجامعي ، إلا أن هناك بعض الخصائص المادية الملموسة التي تميز المنتجات الجامعية أيضاً ومنها : المباني التي يتعلم فيها الطلاب وتحدث فيها عملية التعلم ، المكتبات ، الكتب ، التسهيلات الرياضية ، معامل اللغة والعلوم وهكذا ٠

أخيراً : يتألف المنتج الجامعي من عناصر أساسية وجوهرية وأخري غير جوهرية ٠ وتشير العناصر الجوهرية إلي تلك المجالات التي تعتبر أساسية للخدمات والمنتجات : فالسمات الأساسية للمنتجات الجامعية هي تلك التي تمثل الفوائد غير الملموسة والمتطلبات الأساسية التي يدركها المستهلك في الخدمة المقدمة له وهذه الصفات تبني علي أساس التقييم الشخصي وذاتية الآباء والأبناء واعتقاداتهم تجاه ما يقدم لهم من منتجات وخدمات جامعية مثل : الخبرة ، الفرصة ، الشعور بالإنجاز ، الإدراك الذاتي ، تقدير الذات المتزايد ، الثقة ٠٠ ٠

دورة حياة المنتجات الجامعية :

إن المنتجات – مثلها مثل أي عضو أو كائن حي – تولد ، ثم تعيش ، ثم تنتهي أو تموت ٠ ففي البداية يتم "تقديم" المنتج الجديد للسوق ثم يبدأ في النمو (من ناحية الطلب عليه) ثم تقل درجة الإقبال عليه ، ثم يتلاشي نهائياً ٠ وعليه فإن دورة حياة المنتج الجامعي كما حددها هل بيدر Hal Beder في كتابه عن تسويق برامج التعليم المستمر تتكون من أربع مراحل أساسية وهي مرحلة تقديم المنتج ، مرحلة النمو ، مرحلة النضوج ، مرحلة التناقض أو الانحدار .

١- مرحلة تقديم المنتج :

وهي التي يتم فيها تقديم المنتج الجديد إلي السوق لأول مرة ٠ وتتميز هذه المرحلة بارتفاع التكلفة الخاصة بالإنتاج والترويج وعدم وجود أرباح ٠ ولا توجد منافسة مباشرة بالنسبة للمنتجات الجديدة تماماً ٠ ويهدف الترويج في هذه المرحلة إلي إثارة الطلب الأول وليس الطلب الاختياري بالتأكيد علي نوعية المنتج الجامعي نفسه ٠

٢- مرحلة النمو :

تتميز بقبول السوق للمنتج الجديد وارتفاع المكاسب والأرباح ودخول المنافسة ويهدف الترويج في هذه المرحلة إلي إثارة الطلب الاختياري وتزداد منافذ توزيع المنتج بالإضافة إلي زيادة المنافسين للمنتجات الجامعية ٠

٣- مرحلة النضج :

في هذه المرحلة تتجه الأرباح للانخفاض وتزداد حدة المنافسة السعرية وتكثف الجامعات من حملاتها الترويجية كوسيلة لزيادة منتجاتها واجتذاب مستخدمين جدد ومن ثم زيادة الحصة السوقية للجامعة هذا بالإضافة إلي الجهود الترويجية المتعلقة بالبحث عن عملاء جدد لهذه الخدمة ٠

٤- مرحلة الانحدار :

وتتسم بانخفاض الطلب نظراً لأداء هذه الخدمة بصورة أفضل بواسطة المنافسين حيث التكنولوجيا المتقدمة والأسعار التنافسية وهنا يكمن الآتي :

أ- تحسين أداء الخدمات الجامعية ٠

ب- مراجعة البرنامج التسويقي الإنتاجي للتأكد من أنه لا يمكن القيام بأفضل مما هو متاح ٠

ج- رفع سعر الخدمة لقلة عدد المستخدمين لها وذلك لتغطية تكلفة أداء الخدمة وتحقيقه أرباح ٠

د- تخفيض سعر الخدمة لجذب مستخدمين جدد ٠

أولاً: الترويج :

يمكن لأي منظمة أن تنتج وتقدم منتجات وخدمات ذات جودة عالية ولكنها تفشل في تحقيق أهدافها إذا لم تستطع تعريف الجهات المستفيدة بجودة تلك المنتجات ٠٠ فالمنتج أو الخدمة لا يبيع نفسه ،إذن فالترويج هو الأداة التسويقية الرئيسية التي تخلق اتصالاً دائماً بين المؤسسة الجامعية والجهات المستفيدة فالمهمة الأساسية للترويج إعداد وسائل الاتصال بالقطاعات المختلفة المستفيدة وأهم عناصر المزيج الترويجي لتسويق التعليم الجامعي هو العلاقات العامة فهو النشاط الذي يختص بعلاقة واتصال الجامعة بالجهات المستفيدة بهدف

إلي خلق وتدعيم الاتجاه الإيجابي ناحية الجامعة .. ويمثل المزيج الترويجي للتعليم الجامعي العناصر والأدوات التي تعتمد عليها الجامعة في إيجاد اتصال بينها وبين المستهلكين ومنها ما ما حدده هل بيدر Hal Beder على النحو التالي :

أ- الإعلان Advertisment :

ويعرف الإعلان بأنه أي شكل من أشكال تقديم الخدمات والمنتجات الجامعية غير الشخصية والمدفوعة الأجر ومن ثم فإن الإعلان يتسم بأنه وسيلة غير شخصية للاتصال بين الجامعة والمستهلك ، انخفاض تكلفته بالنسبة للبيع الشخصي ، وصوله لأكبر عدد من المتعاملين المرتقبين فهو وسيلة واسعة الانتشار ·

ب- النشر Publicity :

يعرف النشر بأنه أي شكل من أشكال تقديم الأفكار والخدمات بصورة غير شخصية وغير مدفوعة الأجر ويتسم بأنه نوع من الاتصال غير الشخصي مثل الإعلان ، عدم تحكم المنظمة في مضمون الرسالة أو حجمها أو زمن نشرها وهذه الطريقة غير موثوق بها ·

جـ- البيع الشخصي Face to face :

يعرف البيع الشخصي بأنه عملية إقناع العميل الحالي والمرتقب بقبول الخدمات والمنتجات الجامعية من خلال الاتصال الشخصي ويتسم الاتصال الشخصي بأنه اتصال مباشر وجهاً لوجه بين المنتج والمستهلك يمكن من خلالها التعرف السريع والمباشر علي ردود أفعال المستهلك وبالتالي إمكانية مواءمة الرسالة وتعديلها لتتناسب مع كل سوق وكل مستهلك علي حدة ويعيب علي هذه الطريقة استهلاكها للوقت وارتفاع تكلفتها مقارنة بالعناصر الأخري للمزيج الترويجي ·

د- التحفيز Incentives :

ويعرف التنشيط بأنه النشاط الذي يستخدم كحافز مباشر لقبول المنتج أو الخدمة والتي يمكن توجيهها لكل من المستهلكين والوسطاء · ويتسم تنشيط المنتجات بأنه نشاط مكمل لكل من نشاط البيع الشخصي والإعلان ولا يمكن الاعتماد عليه وحده ، وهو يهدف إلي تحقيق تأثير مباشر وسريع عكس عناصر المزيج الترويجي الأخرى التي قد يحدث تأثيرها في الأجل الطويل · وتتمثل وسائل التنشيط في العينات ، المعارض ، الدورات التدريبية المخصصة للعملاء ، المطبوعات ، الهدايا ، المسابقات ، فالبرغم من ارتفاع تكلفة هذه

الوسيلة ، إلا أنها ذات فعالية مؤثرة جداً ، وتستحق أن تؤخذ في الاعتبار كاستراتيجية ترويجية ٠

هـ- العلاقات العامة PR :

العلاقات العامة هي النشاط الذي يهدف إلي توطيد الصلة بين الجامعة والجماهير المختلفة التي تتعامل معها ٠ ويشمل ذلك المستهلكين والموردين والحكومة والمواطنين بصفة عامة وذلك لإبراز اتجاهات إيجابية نحو الجامعة ٠ ويتضح من ذلك أن هذا المفهوم أوسع وأشمل من مفهوم الإعلان ٠ ووسيلة العلاقات العامة لكسب تأييد الجمهور تعتمد علي تقييم الرأي العام الخاص بالجامعة وتخطيط السياسات بما يتفق مع مصلحة الجمهور ٠

ويمكن للجامعات في أدائها لنشاط العلاقات العامة العديد استخدام كثير من الوسائل والطرق لأداء نشاطات العلاقات ومنها :

- إقامة المؤتمرات وعقد الندوات وورش العمل التعريفية بالمخرجات الجامعية.
- إصدار الكتيبات والنشرات الدورية التعريفية بمخرجات التعليم الجامعي .
- عقد المعارض العلمية لتوضيح أنشطة وإنجازات ومخرجات المؤسسات الجامعية.
- تدعيم الاتصال مع الشركات والمؤسسات التي تم تقديم الخدمات والمخرجات لها .
- بناء قاعدة بيانات عن الخدمات الجامعية وإتاحتها علي شبكة الانترنت .
- بناء جسور للتعاون مع الصناعة والبيئة وأجهزتها المختلفة وعمل بروتوكولات تعاون معها.

ثانياً: التسعير :

لا يقتصر عملية التسعير علي بعض الاعتبارات المالية الداخلية فقط ، وإنما تستخدم كسلاح استراتيجي فعال حيث يمكن للمؤسسة التعليمية الاستعانة بالخبرات المتوافرة لدي أعضائها تقديم المنتج أو الخدمة بتكلفة أقل من القطاع الخاص وبهذا تحقق تميزاً في السوق التي تتعامل معها ويمكن تقسيم سياسات التسعير علي أساسين هما :

- سياسة سعر قائمة علي التكلفة .. وتستخدم عند التعامل بين وحدات الجامعة المختلفة أو عند المساهمة في أعمال قومية .
- سياسة سعر موجهة ناحية الربح وتستخدم في التعامل مع القطاعات الأخرى .

وحيث إن مزيج منتجات الخدمات التعليمية متنوع ومتعدد وبالتالي فإنه لا يمكن وضع أساس واحد لتسعير تلك المنتجات والخدمات . وتختلف طريقة التسعير باختلاف نوع الخدمة أو النشاط الذي يقدم للمجتمع . وعلي هذا الأساس فإنه يتوقع أن تقوم كل كلية بتحديد الأساس في التسعير .وتوجد ثلاثة مداخل لتسعير التعليم الجامعي على حد تعبير هل بيدر Hal Beder على النحو التالي:-

المداخل المختلفة لتسعير التعليم الجامعي :

١- تحديد السعر علي أساس التكلفة Cost Oriented Pricing :

ويتم التسعير وفقاً لهذه الطريقة بإضافة نسبة موحدة إلي التكلفة الكلية الخاصة بكل منتج وتتمثل التكلفة الكلية في تكلفة العمل ، تكلفة المواد ، والمصروفات العامة · فالمصروفات العامة يتم حسابها بالمطابقة بين الدخل والتكاليف وبالنسبة للتكلفات فمن المهم أن نفرق بين التكلفات المتغيرة Variable Costs والتكلفات الفارقة Sunk Costs وبالنسبة للتكاليف المتغيرة فهي تلك التكلفات التي تجلب فقط في حالة تنفيذ البرنامج أما التكلفات الفارقة فهي التكلفات التي تخص البرنامج سواء تم إدارته أو لا فهي تحتوي علي سبيل المثال التكلفات غير المباشرة للتليفونات ومرتبات الموظفين بالإضافة للمصاريف مثل المصاريف الترويجية والتي تحدث قبل البرنامج · وفي الحقيقة ، إذا كانت التكلفات الفارقة غالية فإنها تمثل مشكلة حقيقية نظراً لأن هذه التكلفات يتم دفعها سواء تم تنفيذ البرنامج أو لا ولذلك فمن الأفضل تقليل التكلفات الفارقة حتي نتعرف علي السوق المرتقبة ·

٢- التسعير علي أساس الطلب Demand-oriented Pricing :

تعتمد الجامعات في تسعير منتجاتها وخدماتها علي مستوي الطلب علي هذه المنتجات وذلك بتحديد أسعار مرتفعة عند زيادة الطلب علي المنتجات وأسعار منخفضة عند انخفاض مستوي الطلب ففي التعليم المستمر علي سبيل المثال ، نجد أن طلب الصناعة علي هذه النوعية من التعليم المستمر لتحسين أداء عملائها يؤدي بها إلي أن تدفع أكثر من القطاع العام، وبالمقارنة بالتسعير علي أساس التكلفة نجد أن الجامعة ستحقق أرباحاً أكثر عند التسعير علي أساس الطلب عندما تكون قيمة منتجاتها وخدماتها عند المستهلك أعلي بكثير من تكلفتها.

٣- التسعير علي أساس المنافسة Competition-oriented Pricing :

تستخدم هذه الطريقة عندما تعتبر أسعار المنافسين أكثر أهمية من التكلفة الخاصة بالمنتج وذلك عند زيادة المنافسة في السوق ، وتماثل المنتجات وأهمية السعر بالنسبة للأسواق التي تخدمها الجامعة . ومن المهم هنا أن نأخذ في الاعتبار المنافسة الشاملة Generic وهي المنافسة من المنتجات الأخري والتي تؤدي نفس الرغبات والمهام.

رابعاً: المكان :

يلعب الموقع الذي تقدم فيه الخدمة دوراً مهماً في تسويق الخدمات والمنتجات التعليمية ، فالمنتج والترويج والتسعير السليم لن يكونوا ذوي فائدة وتأثير في إقبال المستهلك وإرضائه ما لم يتم توفير الخدمات والمنتجات في المكان السليم وبالتالي فإن دور هذا العنصر في نجاح المزيج التسويقي دور جوهري وأساسي ووظيفة من وظائفه ، وتتضمن أهم المجالات الخاصة بمزيج "المكان" في تسويق المخرجات التعليمية ما يلي :

١- المظهر والحالة Appearance & Condition :

يعتبر المظهر وحالة "المكان" الخاصة بالخدمة والمنتجات التعليمية من أهم المجالات التي ينبغي أن يتضمنها هذا المزيج .

٢- العملاء والزائرين الآخرين Customers & other visitors :

في ثقافة التوجه نحو المستهلك ، نجد أن المستهلكين المرتقبين والزائرين الآخرين هم بمثابة الضامن الذي يعكس هذا التوجه ، ولذلك فإنه ينبغي أن يشتمل المكان علي جميع التسهيلات والوسائل التي تضمن قناعة هؤلاء العملاء وراحتهم .

٣- القبول والاتصال الأول First Contact & Accessibility :

ويختص هذا المجال بكيفية تكوين الفرد عن طريق الاتصال الأول بالمؤسسة وكيفة الوصول إلي ذلك حيث القيمة المرتقبة لهذا الاتصال شيء جوهري وأساسي . وهذا ما أكد عليه Hal Beder حيث ذكر أن هناك مجالين أساسيين يرتبطان بمزيج "المكان" التسويقي للمؤسسة التعليمية : وهما "المنافع والتكلفة الملموسة المرتبطة بالمكان" و "قيمة الرمزية" وتتضمن تلك المنافع الراحة والاهتمام والملاءمة والتكلفة أي القبول والانتباه إلي الخصائص والصفات التي يتميز بها المكان . أما من حيث "القيمة الرمزية" أو "الصورة" فهي لا تقل

أهمية عن المجالات الملموسة حيث ترتبط الاتجاهات والمعتقدات القوية لدي المستهلك بمزيج المكان الذي تقع فيه المؤسسة التعليمية وعليها يتم تفضيل هذه المؤسسة عن غيرها .

البيئة التسويقية للتعليم الجامعي:

يقصد بالبيئة التسويقية للتعليم الجامعي مختلف القوي ومجموعة المتغيرات الداخلية والخارجية المحيطة بالنظام التسويقي والمؤثرة فيه سلباً أو ايجاباً .

فالبيئة الداخلية تشتمل علي عدة متغيرات يمكن التحكم فيها بواسطة أداء المنظمة عادة وهي الأهداف والتنظيم والموارد والأنظمة والإجراءات والموقع والمركز المالي والمناخ العام الداخلي أما البيئة الخارجية التسويقية تنقسم إلي "بيئة خاصة" وهي ترتبط بالنظام التسويقي بشكل مباشر وتعتبر جزءاً منه . أما "البيئة العامة" فتتمثل في العوامل التي قد لا يمكن التحكم فيها بواسطة إدارة المنظمة مثل المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والطبيعية والمنافسة .

ولذلك فأن البيئة التسويقية للتعليم الجامعي وتحليلها في غاية الأهمية لنجاح النظام التسويقي باعتباره نظاماً فرعياً يتفاعل مع النظم الفرعية الأخرى الموجودة بالمجتمع باعتباره الوسط الذي يربط بين إمكانيات الجامعة ورغبات المستهلكين ، فالبيئة الاقتصادية ، والاجتماعية ، والسياسية والتشريعية والتجارية هي الأساس في تكوين صورة أفضل للنظام التسويقي لمخرجات التعليم .

إدارة تسويق التعليم الجامعي

إن إدارة التسويق تمكن الجامعات من أن تكون أكثر تحسسا واهتماماً بالمستهلك ورغباته من لحظة دخوله الجامعة ولحين مغادرته الأمر الذي يتطلب :-

أولاً: تحري الدقة في تحديد احتياجات وتوقعات هذه السوق من الخريجين ، وإدراك أن هذه الاحتياجات والتوقعات تتغير من وقت لآخر بتوالي المتغيرات التي معظمها تحديات في بيئتنا ومن حولنا.

ثانياً: أن تكون جودة مدخلات عملية التعليم الجامعي ومخرجاته علي رأس البنود في أجندة الإدارة الجامعية ، فالحرص علي الجودة يجب أن يتم في المراحل الأولي في عمليات الإنتاج (كمدخل) وليس الاهتمام بها في المراحل الأخيرة (كمخرج). وفيما يلي شرح موجز للأنشطة الخاصة بإدارة التسويق المقترحة في الجامعة:-

- أن تكون رسالة الجامعة موجهة بالتسويق .
- مراقبة البيئة الخارجية(ماذا يحدث خارج الجامعة ، وتحديد الأشياء والأحداث التي تقع خارج نطاق سيطرة الجامعة)
- تحديد حاجات السوق الجامعي(عبر بحوث التسويق)
- تحديد عدد الخدمات التي يجب أن تقدمها الجامعة.
- إدارة عناصر المزيج التسويق الجامعي بما يتوافق مع أهداف واستراتيجية الجامعة.
- اتخاذ القرار حول صورة الجامعة التي تريد الإدارة ترسيخها في أذهان الآخرين.
- بناء وتطوير نظام للتغذية العكسية والرقابة للحصول على صورة واضحة عن كيفية ونوعية الأداء الحالي للجامعة.
- إدارة رغبات العملاء وتوقعاتهم من (طلبة وخريجين وأولياء الأمور وأرباب العمل) .

بناء علي ما سبق يتضح أن إدارة تسويق مخرجات التعليم الجامعي ينبغي أن تتكون من خمس خطوات أساسية علي حد تعبير فيليب كوتر ، فقد ذكر كوتلر أن إدارة التسويق سواء في المنظمات الهادفة للربح ، أو تلك غير الهادفة للربح كالمؤسسات الجامعية تتضمن ما يلي :

R · STP · MM · I · C

حيث تعني الحروف ما يلي :

R = Research أي بحوث السوق .

STP = التجزئه / التقسيم segmentation والاستهداف targeting وتثبت صورة المنتج positioning في ذهن العملاء ..

MM = مزيج التسويق ومعرفته بطريقة شائعة بالأربعة 4Ps المنتج product والسعر price والموقع place والترويج promotion .

I = التنفيذ Implementation .

C = الرقابة Control أي الحصول على التغذية الراجعة وتطوير استراتيجية تجزئة واستهداف مواقع السوق STP ومزيج السوق MM .

نلاحظ مما سبق أن التسويق الفعال لمخرجات التعليم يبدأ بالبحوث R ، فالبحث يكشف عن الكثير من أجزاء السوق S التي تتكون من عملاء مختلفي الاحتياجات . وتتمثل STP (تجزئة السوق والاستهداف وتثبيت صورة المنتج ، تفكير الجامعة الاستراتيجي في التسويق ثم تطور المؤسسة التعليمية مزيج تسويقها التكتيكي MM الذي يتكون من مزيج القرارات عن المنتجات والسعر والمكان والترويج ، بعد ذلك تنفذ المؤسسة التعليمية مزيج التسويق وأخيراً تقوم المؤسسة التعليمية بمعايير الرقابة C لتراقب وتقيم النتائج وتطور استراتيجية التجزئة والاستهداف وتثبت صورة منتجاتها وخدماتها STP وتكتيكاتها عن مزيج التسويق التعليمي MM .

التخطيط التسويقي للتعليم الجامعي

التخطيط التسويقي هو مجموعة من الخطوات والأنشطة المنطقية والتنظيمية التي تؤدي إلي تحديد الأهداف التسويقية وتكوين الخطط اللازمة لتحقيقها ويسير التخطيط التسويقي الاستراتيجي لمخرجات التعليم وفقاً لمجموعة من الخطوات يمكن إجمالها في أربع خطوات أساسية:

١- التحليل :

يجب تحليل سوق مخرجات التعليم الجامعي – كما ذكرنا سابقاً – وتحديد موقعها مقارنة بالمنافسين وتحديد الآليات المختلفة للاستجابة لمتطلبات السوق واحتياجاتها المختلفة وقدرتها الاستيعابية حتي يمكن إيجاد التلافي بين العرض والطلب، إن أول خطوة في عملية إدارة نظام تسويق التعليم الجامعي هي تحليل البيئة المحيطة ويشمل ذلك ما يلي :

أ- المنافسون : ويتطلب ذلك تحديد :

- المنافسون المباشرون وغير المباشرون للتعليم الجامعي (جامعات أجنبية ، جامعات خاصة ...) .
- عناصر المزيج التسويقي للجامعات المنافسة .
- نواحي القوة والضعف في الجامعات المنافسة فيما يتعلق بالسعر والمنتج والانطباع ومعدل النمو والعلاقة مع أسواق العمل .

ب- القيود الاجتماعية والتكنولوجية والمهنية والقانونية : ويستلزم ذلك تحديد مدي تأثير التطورات التالية علي أنشطة تخصصات الدراسة باللغات الأجنبية :
- الحالة الاقتصادية للبلاد
- التجديدات التكنولوجية .
- النواحي الديموغرافية لجهات العمل التي تستقبل خريجي تخصصات الدراسة باللغات الأجنبية .
- السياسات المالية المختلفة .

ت- البحث عن ميزة تنافسية : يعد تحديد القوة والضعف واستراتيجيات المنافسين في كل قطاع من قطاعات السوق ، لذا فتحليل السوق يحدد تلك القطاعات التي يجب تزويدها للجامعة والتي لم تزود بواسطة المنافسين أي دراسة الفجوات في سوق العمل واستغلالها .
٣- تصميم أهداف واستراتيجيات النظام :
٣- تحسين المركز التنافسي لتخصصات الدراسة باللغات الأجنبية .
٤- القضاء علي عناصر الضعف وتعظيم مكاسب القوة لهذه التخصصات .

٢- الأهداف :

بناء علي ذلك التحليل يجب تحديد مجموعة من الأهداف التسويقية والمالية والتي يجب أن تتصف بالواقعية وأن تتكامل وتتناسب مع أهداف الجامعة ومن أهم الأهداف التسويقية للتعليم الجامعي:
- تحسين المركز التنافسي للتعليم الجامعي وتنويع مصادر الإيرادات .

- تحسين الرضا وزيادة الثقة بمخرجات التعليم الجامعي .
- تحقيق السمعة الطيبة لمخرجات التعليم الجامعي .
- القضاء علي عناصر الضعف في مخرجات منظومة التعليم الجامعي وتعظيم مكاسب القوة.
-تطوير المنتجات والخدمات الجامعية لتلبية تلك الاحتياجات.

٣- الاستراتيجية :

يجب تحديد ومعرفة الاستراتيجية العامة للوحدات الإستراتيجية والتي سوف تحقق تلك الأهداف وهذه الاستراتيجية يجب أن تكون متوافقة مع الاستراتيجية العامة للجامعة . إن تحديد استراتيجية لنظام تسويق التعليم الجامعي هو بمثابة وضع خطة لتحقيق أهداف النظام فهي تحدد المبادئ العامة والتي بها تتوقع الجامعة أن تصل لأهدافها في قطاع الجمهور المستهدف . ويهدف تصميم الاستراتيجيات التسويقية للتعليم الجامعي إلي تحقيق الأهداف التالية :

١- تحسين مستوي الإشباع لحاجات السوق المستهدفة .
٢- إعادة تصميم الصورة الذهنية للجامعة حسب التوجه التسويقي .

٤- التكتيكات :

يجب علي الإدارة أن ترجح على حد تعبير مالكولم هـ . ب ماكدونالد عام ١٩٩٦م التحليل والأهداف والاستراتيجيات من أجل استخدامها كأساس وقاعدة أساسية للتكتيكات أو وسائل تنفيذ الخطة وأن تكون هذه الأساليب قادرة علي تطبيق الاستراتجية وتحقيق الأهداف المرجوة وحتي يحقق نظام تسويق التعليم الجامعي أهدافه فإن الأمر يتطلب:-

١- وجود استراتيجية تسويقية واضحة المعالم وفي إطار يعمل الجميع للوصول إلي تحقيقها ، فهي المنهج العام المحدد للنظام والمؤدي إلي تحقيق غاياته وأهدافه ، ومعظم هذه الاستراتيجيات ذات طابع هجومي لاعتمادها علي المبادرة الذاتية والمبادأة التي تتم من جانب الجامعات في تعاملها مع السوق.
٢- النظر إلي الطلاب والخريجين علي أنهم بمثابة المنتج المتطور الذي يتطابق مع مواصفات السوق بمعني ضرورة إلمامه بكل ما يدور في السوق وما يغمره من

مستحدثات تكنولوجية متغيرة وقدرته على استيعاب ذلك خاصة ونحن في عصـــر انتهاء صلاحية الشهادة الدراسية فما تعلمه الفرد داخل المؤسسة التعليمية ســرعان ما تنتهي صلاحيته بفعل زحام المستحدثات والمعارف· الامر الــذى يتطلــب أن يكون هناك نظاماً لتسويق التعليم الجامعي يرتكز علي إعادة هيكلة التعليم الجامعي تسويقياً و ينبغى أن يتضمن نظام تسويق التعليم الجامعي المكونات التالية :

أولاً :المدخلات (Inputs) وتشمل الآتي :

أ- تطــوير نظـــام القبول للارتقاء بمستوي الخريجين ·

ب- تنويع قنوات التمويل لتجويد مستوي الخريجين وتسويقهم ·

جـــ- تفعــيل دور أعــضاء هيــئة التدريس وتنميتهم ·

ثانياً : العمليات (Processes) وتحتوي علي ما يلي :

أ- الارتباط بسوق العمل في وضع المناهج والمقررات الجامعية ·

ب- تطبيق نظام الساعات المعتمدة لتنويع الخريجين وسد حاجات المجتمع ·

جـــ- التدريب العملي في مواقع العمل الإنتاجية ·

د- استحداث طرائــــق التدريس ونظم التقويم والامتحانات لاكتســـاب المهارات التي يحتاجها خريجو الجامعات ·

ثالثاً : المخرجات (Outputs) وتتعلق بما يلي :

أ- المهارات والقدرات التي تحتاجها سوق العمل من خريجي التعليم الجامعى ·

ب- إدارة رغبات العملاء وتوقعاتهم من خريجي الجامعات ·

جـــ- إنشاء مراكز لتسويق التعليم الجامعي .

التخطيط لإنشاء مراكز لتسويق التعليم الجامعي :

هناك ضرورة ملحة لتوجيه وإنشاء مراكز لإدارة تسويق التعليم الجامعي بكل جامعة ، علي غرارما أكد عليه نارايانان رامشنداران Narayanan T. Ramachandran عام ٢٠١٠ من ضرورة وجود وحدات أومراكز لتسويق التعليم العالي تساعد الأكاديميين والإداريين في

تعزيز الوظائف الإدارية وسد الفجوة بين مؤسسات التعليم العالي والسوق الأمر الذي يتطلب ما يلي :

أولاً : في مجال أسلوب ومنهج عمل مراكز التسويق :

أ- ضرورة تغيير المفاهيم التسويقية لدي القائمين علي إدارة المراكز التسويقية باعتبارها مسوقاً للخريجين ومن بين هذه المفاهيم :

١- التحول عن الفكر القائم علي أساس تسويق ما يتم إنتاجه من مخرجات التعليم الجامعي إلي إنتاج ما يمكن تسويقه منها ·

٢- التركيز في تسويق الخريجين علي إشباع حاجات ورغبات العملاء باعتبارهم الركيزة الأولي في نجاح عمل المراكز التسويقية الجامعية ·

٣- ضرورة تغيير أسلوب التعامل مع سوق خريجي التعليم الجامعي ويتبلور هذا التغيير في التحول من الأسلوب النمطي (التعامل مع السوق ككل بشكل متجانس) إلي أسلوب تجزئة السوق إلي قطاعات تسويقية متجانسة واعتبار كل قطاع سوقاً مستقلة لها حاجاتها ورغباتها المختلفة عن القطاعات الأخرى ·

ب- الاعتراف والتصرف علي أساس أن هذه المراكز وحدات تسعي إلي تحقيق الربح في إطار منافسة حرة وخروجها من الإطار الفكري بأنها مؤسسات لا تسعي إلي الربح ·

ج- أن تسعي هذه المراكز إلي تحقيق أهدافها في إطار مسئولية اجتماعية محددة تجاه المجتمع والبيئة المحلية والقومية ·

ثانياً : في مجال نطاق عمل المراكز التسويقية :

أ- أن يكون لهذه المراكز خطة تسويقية محددة متمثلة في الأهداف والاستراتيجيات والبرامج التسويقية المختلفة علي المدي الطويل والقصير ·

ب- توسيع نطاق وجودة الوظائف التسويقية لهذه المراكز متمثلة في :

- الخدمات الإرشادية الوظيفية : وتتضمن ما يلي :

- ضرورة أن يكون القائمون علي الإرشاد الوظيفي قادرين علـي تقـديم المشـورة للطلاب والخريجين في المسائل المتعلقة بمجال العمل ويقـوم هـؤلاء المرشـدون بمساعدة الطلاب في تحديد الاختيارات الوظيفية المختلفة ويدعمون الطـلاب فـي اختيار الوظائف التي تتلاءم مع مهاراتهم واهتماماتهم ٠ ويقـدم المرشـد الـوظيفي المرافق Peer career Advisor الدعم في مجالات التخطيط الوظيفي ، وإجـراء المكاتبات والمقابلات ٠
- مساعدة الطلاب في تكوين فهم أفضل عن أنمـاط شخصـياتهم وعـن اهتمامـاتهم ومهاراتهم بحيث يصبحون قادرين علي اتخاذ قرارات أفضل فيما يتعلق بمجـالات العمل.
- يقوم المرشد الوظيفي بتزويد الطلاب بمهارات البحث عن الوظيفة المطلوبة لتسويق مؤهلاتهم لدي أصحاب العمل ٠ والموضوعات التي يتم مناقشتها وتشمل البحث عن الوظيفة ، المكاتبات ذات التأثير الشديد ، المقابلة الفعالة ، الطريق للدراسات العليـا وذلك من خلال عقد ورش التطوير والتنميـة الوظيفيـة career development workshop ٠

- الخدمات الاستشارية المباشرة : وتحتوي علي :

- التدريب الإداري والاستشاري وذلك بعمل دورات تدريبيـة للخريجين وتزويـدهم بأحدث الاتجاهات في مجال تخصصهم لضمان جودتهم بصورة مستمرة ٠
- الوصول إلي المستفيد المرتقب ويعني ذلك التعرف علي المسـتفيد الحقيقـي مـن الخريجي، ويتم اتباع أسلوب تقديم البرامج التعريفية من خلال الاتصـال المباشـر وذلك لأغراض الوصول إلي المستفيد المرتقب لخدمات هذه المراكز ٠
- بناء قاعدة بيانات يحتفظ المركز فيها ببيانات مرجعية للطلاب والخـريجين الـذين ينخرطون في عملية البحث عن وظيفة بتلك المعلومات ، ويـتم الانتفـاع بـه فـي الرجوع إلي صاحب العمل لتحديد المتقدمين الذين تتوافق مؤهلاتهم مـع متطلبـات الشركة ٠

- خدمات استكشاف في مجال العمل : وتشتمل علي :

- سوق الوظائف السنوية التي تتيح للطلاب مقابلة المتخصصين في مجالات متنوعة في موقع غير رسمي واستكشاف مجالات مختلفة عن الأعمال وفرص العمل المتاحة ويتم الإعداد لهذه السوق من خلال :

الاتصال المباشر بشركات قطاع الأعمال وشركات القطاع الاستثماري ·

الاتصال المباشر بالهيئات الأجنبية المختلفة ·

الاتصال بالجهات القائمة علي تنفيذ المشروعات القومية ·

تنظيم ورش عمل مع المنظمات الأهلية ·

عقد لقاءات خاصة بين رجال الأعمال وأساتذة تلك التخصصات ذوي الصلة بمجال عمل تلك الشركات ·

- برنامج إلقاء الظل الوظيفي لاستكشاف مجالات العمل منذ السنة الجامعية الأولي بحيث يلقي الظل الروتيني اليومي للوظيفة التي تتوافق مع ميول الطلاب لمدة يومين علي الأقل ·
- برنامج فترة الامتياز الصيفي الذي يهدف إلي اكتساب الطلاب خبرات قيمة في مجال العمل أثناء فترة الإجازة الصيفية ·

- خدمات التعيين : وتختص بما يلي :

- إقامة معارض التوظيف بحيث تستضيف كليات الدراسة باللغات الأجنبية ، وليس علي مستوي الجامعة ، ويكون لأصحاب الأعمال المحليين والإقليميين والدوليين لمدة يومان ويتكرر ذلك مرتين كل عام وذلك لترويج الخريجين ، وتحقيق التبادل المستمر للمعلومات التوظيفية بين ممثلي أصحاب الأعمال ، وطلاب وخريجي تخصصات الدراسة باللغات الأجنبية ·
- الإعلان عن الوظائف حيث يقوم المركز شهرياً بنشر لوحة بالوظائف المفتوحة وهي قائمة بفرص العمل المتاحة التي يتم تبليغها للمركز ·

- تنظيم زيارة الشركات لتخصصات الدراسة باللغات الأجنبية لتسهيل عملية التفاعل بين هؤلاء الطلاب ورجال الأعمال بحيث تتضمن مقابلات معهم ، والمشاركة في السيمينارات لدراسة الحالات المختلفة ٠

ثالثاً : في مجال مقومات دعم المراكز التسويقية :

أ- ضرورة تدعيم المراكز التسويقية بالكوادر الإدارية والتسويقية والفنية وتحفيزهم بشكل ملائم ٠

ب- ضرورة دعم القطاع الخاص لهذه المراكز وأيضاً دعم الوحدات ذات الطابع الخاص بالجامعات.

ج- دعم هذه المراكز بالمقومات المادية الملائمة والأجهزة خاصة أجهزة الحاسب الآلي.

د- توفير قاعدة بيانات تساعدها في اتخاذ القرارات التسويقية الملائمة ٠

هـ- السماح بمرونة التعامل المالي والإداري بهذه المراكز ٠

رابعاً : في مجال إدارة المراكز التسويقية :

أ- إدارة هذه المراكز بشكل يحقق لها الاستقلالية التامة والتخلص من الإجراءات الروتينية التي تعطل مسيرتها (تحرير الإدارة من البيروقراطية) وتكون في مستوى الإدارة العليا لان ذلك سيمكنها من نقل الأفكار والمقترحات إلى رئاسة الجامعة وستكون ذات سلطة وظيفية وتنفيذية أكبر ٠

ب- تنظيم هذه المراكز من حيث التبعية الإدارية والتنظيم الداخلي لها وعلاقتها التنظيمية مع جهات الاختصاص بالجامعة مثل الشئون المالية والإدارية وغيرها ٠

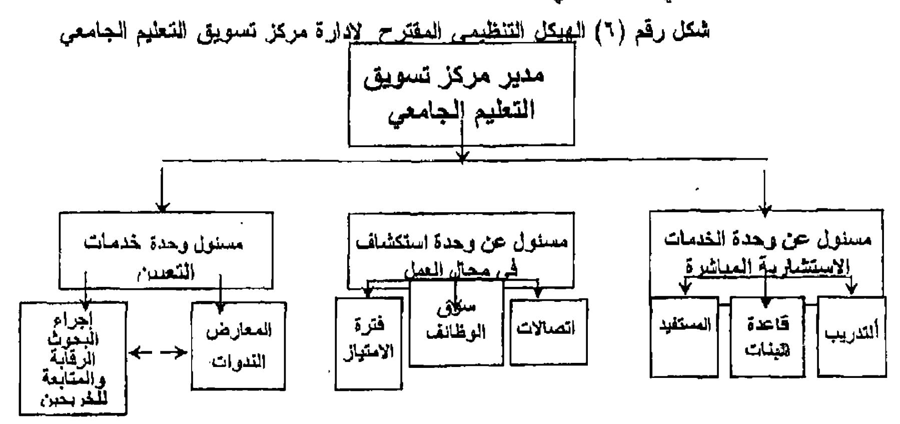
ج- تعيين مدير تسويق متخصص يتبع نائب رئيس الجامعة لخدمة المجتمع وتنمية البيئة وتصميم موقع وظيفي له ضمن الهيكل التنظيمي للجامعة ويكون من الأساتذة الجامعيين في هذا المجال مسئولاً أمام نائب رئيس الجامعة عن ما يلي :

- تحقيق الاستجابة لتقديم الإرشادات والخدمات التسويقية للطلبة الجدد والدارسين بالجامعة

- المساهمة في تخطيط وترويج وإعداد البرامج الجديدة .
- التطوير الفاعل للحملات الترويجية ووسائل الاتصال المعتمدة وأدواتها
- تقديم الإرشادات للحصول على التمويل الالى للجامعة ، تقديم البيانات التي يحتاجها أى قسم أو اى إدارة في الجامعة و في قياس حجم السوق ،أجزاء السوق، الاتجاهات ، سلوك الإفراد...
- الإسهام وفق منظور تسويقي مع الإدارة العليا بالجامعة للتخطيط لمستقبل عمل الجامعة وأنشطتها.
- المساهمة في انجاز الدراسات المتعلقة بحاجات التفصيلات، والرضا للأسواق المطلوب العمل فيها.
- تحليل سياسات المعتمدة لأجور الانتساب للجامعة.
- إعداد خطة سنوية للتنبؤ بتشغيل الخريجين .
- وضع استراتيجية تنافسية للمنتج (الطلاب والجامعة)
- عقد الملتقيات والندوات والبرامج التدريبية .
- جمع المعلومات عن البيئة التسويقية ، والمنافسين والسوق المستهدفة واتجاهات وسلوك المستهلكين .

يعاون مدير تسويق التعليم الجامعي ثلاثة من الأستاذة بالجامعة يتولى كل واحد منهم مسئولية الوظائف والمهام التسويقية المختلفة التي يقو بها المركز والتي– سبق ذكرها سابقاً –ويمكن توضيحها في الشكل التالي:

شكل رقم (٦) الهيكل التنظيمي المقترح لإدارة مركز تسويق التعليم الجامعي



هـ- أن يعمل مركز تسويق التعليم الجامعي على وضع رسالة له تقود الأداء وتكـــون موجهة تسويقياً للوقوف أمام المنافسة المحلية والعالمية وذلـــك مـــن خـــلال إدارة الجودة الشاملة باعتبارها تركز علي إشباع حاجات الطلاب والمستفيدين وتعمل علي تحقيق التميز في جودة أداء التعليم الجامعي ، فهي فلسفة جديـــدة يجـــب أن تتبناها الكليات والأقسام بالجامعة ويتطلب تطبيقها مراعاة عـــدد مـــن القواعـــد التسويقية المهمة والتي تساعد في التغلب علي العقبات التي تواجه عملية التخطيط التسويقي للتعليم الجامعي على النحو التالى :

- قاعدة تطوير المركز التنافسي للجامعة بين الجامعات الأخرى.
- قاعدة تحسين رضا الطلاب وزيادة ثقتهم بالجامعة.
- قاعدة تحسين مركز الجامعة ونصيبها في سوق العمل والأسواق المحلية والعالمية.
- قاعدة التمويل الذاتي للجامعة وتنويع مصادر الإيرادات.
- قاعدة تحقيق الرضا الوظيفي للمستهلك والعمل على إسعاده.

أهم المصادر

١- إجلال عبد المنعم حافظ وآخرون : أصول التنظيم والإدارة ، دار الحريري للطباعة ، القاهرة ، ٢٠٠٠ .

٢- إجلال عبد المنعم وآخرون : الإدارة ، دار الحريري للطباعة ، القاهرة ، ٩٩/٢٠٠٠ .

٣- إسماعيل محمد السيد : مفهوم تسويق العلاقات : نشأته وتطوره وتطبيقه ، المؤتمر العلمي السنوي عن الاتجاهات الحديثة في إدارة الأعمال ، المجلس الأعلي للجامعات ، مطابع جامعة المنوفية، القاهرة ، ٢٩ ، ٣٠ ابريل ١٩٩٩ .

٤- أمين محمد النبوي : المتطلبات التربوية من التعليم الجامعي في ضوء بعض المتغيرات المحلية والعالمية ، مجلة التربية والتنمية ،ع ١٣ ، السنة الخامسة ، المكتب الاستشاري للخدمات التربوية ، القاهرة ، مارس ١٩٩٨ .

٥- راشد القصبي ، وآمال العرباوي : خصخصة التعليم الجامعي في ضوء بعض التجارب العالمية المعاصرة وإمكانية الإفادة منها في مصر ، مجلة التربية والتنمية ، العدد ٢٢ ، السنة التاسعة ، المكتب الاستشاري للخدمات التربوية ، القاهرة ، ابريل ٢٠٠١ .

٦- زكي خليل المساعد : التسويق في المنظمات التي لا تهدف إلي الربح ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، مقدمة لكلية التجارة ، فرع بنها ، جامعة الزقازيق ، القاهرة ، ١٩٨٢.

٧- سوزان محمد المهدي ، وسهير علي الجيار : آليات مقترحة لمواجهة مشكلة البطالة لخريجي الجامعات في مصر ، مجلة التربية والتنمية ، العدد ٢٣ ، السنة التاسعة ، المكتب الاستشاري للخدمات التربوية ، القاهرة ، سبتمبر ٢٠٠١ .

٨- السيد محمد ناس ، ونهي عبد الكريم : الجامعة والعولمة ، الطالب الجامعي بين الإقليمية والعالمية ، مؤتمر جامعة القاهرة لتطوير التعليم الجامعي "رؤية لجامعة المستقبل" ، الجزء الأول ، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة ، ٢٢ - ٢٤ مايو ١٩٩٩ .

٩- عادل السيد الجندي : الجامعة المنتجة (نحو رؤية فلسفية واستراتيجية لتطوير التعليم العالي) ، مجلة التربية والتنمية ، ع ١٤ ، السنة الخامسة ، المكتب الاستشاري للخدمات التربوية ، القاهرة ، سبتمبر ١٩٩٨ .

١٠- عوض بدير الحداد : أهم القوي والتطورات التي تحدد مستقبل التسويق ، بحث مقدم لمؤتمر استراتيجية تطوير التعليم التجاري والعالي لمواجهة متطلبات القرن الواحد والعشرين ، الجمعية العربية للإدارة ، الإسكندرية ، ١٠ - ١١ مايو ١٩٩٩

١١- فتحي درويش عشيبة : الجامعة المنتجة أحد البدائل لخصخصة التعليم الجامعي في مصر دراسة تحليلية ، مجلة التربية والتنمية ، العدد ٢٢ ، السنة التاسعة ، المكتب الاستشاري للخدمات التربوية ، القاهرة ، إبريل ٢٠٠١ .

١٢- فريد راغب النجار : إدارة الجامعات بالجودة الشاملة ، إيتراك للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ١٩٩٩- ٢٠٠٠ .

١٣- فريد راغب النجار : استراتيجيات التسويق العالمي بالجامعات ، المؤتمر القومي الأول لتسويق الخدمات الجامعية ، جلسات المؤتمر وأوراق العمل ، المجلس الأعلي للجامعات ، القاهرة ، ١٨ ، ١٩ مارس ١٩٩٨ .

١٤- مالكولم هـ. ب. ماكدونالد : الخطط التسويقية ، كيفية إعدادها ، كيفية تطبيقها ، ترجمة صالح محمد الدويشي ، محمد عبد الله العوضي ، الإدارة العامة للبحوث مطابع معهد الإدارة العامة ، المملكة العربية السعودية ، ١٩٩٦.

١٥- مجدي محمد محمود طايل، "توظيف التسويق الالكتروني كأداة للتميز بمنظمات الأعمال، ورقة عمل مقدمة إلى ندوة التجارة الالكترونية، جامعة الملك خالد، السعودية Available online at :http://www.managementforum.org.sa/Mang Forum /peppers.html (Accessed May 2010)

١٦- المجلس الأعلي للجامعات ، المؤتمر القومي الأول لتسويق الخدمات الجامعية ، التقرير النهائي والتوصيات ، القاهرة ، ١٨ ، ١٩ مارس ١٩٩٨ .

١٧- محمد علي عزب وسعيد محمود مرسي : علاقة سوق العمل بالتعليم العالي في ظل اقتصاد العولمة ، مجلة التربية والتنمية ، ع ٢٣ ، السنة التاسعة ، المكتب الاستشاري للخدمات التربوية ، القاهرة ، سبتمبر ٢٠٠١ .

١٨- هاشم فوزى دباس العبادي وآخرون : ادرة التعليم الجامعي: مفهوم حديث في الفكر الإداري المعاصر ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ، الأردن، ٢٠٠٧

١٩- هالة محمد لبيب : أهم المستجدات في التسويق ، المجلس الأعلى للجامعات ، ورقة عمل مقدمة إلي المؤتمر العلمي السنوي عن الاتجاهات الحديثة في إدارة الأعمال ، المجلس الأعلى للجامعات ، مطابع جامعة المنوفية ، القاهرة ، ٢٩ ، ٣٠ ابريل ١٩٩٩

٢٠- الهلالي الشربيني الهلالي : التعليم مدي الحياة والسوق (دراسة تحليلية في ضوء بعض النظريات الفلسفية) ؛ مجلة التربية والتنمية ، ع ٢٢ ، السنة التاسعة ، المكتب الاستشاري للخدمات التربوية ، القاهرة ، إبريل ٢٠٠١ .

٢١- هناء عبد الحليم سعيد : إدارة التسويق ، مدخل استراتيجي ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠١ .

22- A. Clossary of Marketing terms : Marketing Definitions , Committee of Definitions , American Marketing Association , Chicago , 1960.

23- A. R. Krachenberg : Bringing the Concept of Marketing to Higher Education , The Journal of Higher Education , Vol.43, No.5 , Ohio State Univ . Press , AAHE , May1972 .

24- Abhinandan K. Jain & others : Marketing Information Products & Services , McGrow - Hill Pub. Company , New York , 1999 .

25- Adee Athiyaman : Linking student satisfaction & Service Quality Perceptions : The case of university Education , European Journal of Marketing , Vol. 31 , Issue 7 , MCB university press , N. Y. 1997 .

26- Alan D. Bright : The Role of Social Marketing in Leisure & Recreation Management , Journal of Leisure Research N. Y. January 1. 2000 .

27- Alan R. Andreasen : Social Marketing : Its Definition & Domain , Journal of public policy & Marketing , Vol. 13 , Issue I , New York , Spring 1994.

28- American Marketing Association: Definition of Marketing , Available online at: http://www.marketingpower.com/ ARC/Pages / Community/ Additional/Definition/default.aspx (Accessed May 2011).

29- Arild Waraas and Marriane N.Solbakk : Defining the Essence of a University: Lessons from Higher Education Branding: Higher Education: The International Journal of Higher Education and Educational Planning, Vol .57 ,No. 4 ,Apr 2009 .

30- Arthur L. Dirks:Higher Education in Marketing Theory(August 25, 1998)Available online at http://webhost.bridgew.edu/adirks/ald/papers /mktheor.htm(Accessed 2008)

31- Bob S. Topor : Developing A Higher education marketing paradigm , Marketing segmentation : Making the match between institutional "products" offerings & target Audience , Topor Consulting Group International Available at: http : // www. marketinged . comp. (Accessed May.1999) .

32- Bob S. Topor : How to market your secondary school , community college or university , commonsense rules for higher education marketing Differentiation , Marketing HE newsleter , Vol. XI , No. 6 . , June 1997 .

33- Brent Davies & Others : Education Management for the 1990s , Longman , New York , 1990 .

34- Business Definition for Electronic Marketing Available at: http://www.allbusiness.com/glossaries/electronic-marketing/4966288-1.html(Accessed June 2011)

35- Cathy Driscoll & David Wicks : The customer Driven Approach in Business Education - Appossible Danger ? , Journal of Education for Business , Vol. 74 , Issue I , Oct. 1998 .

36- Christine Moorman & Roland T. Rust : The Role of Marketing , Jounal of Marketing , Special Issue , Vol. 63 , New York , Oct. 1999.

37- Craig Shoemaker & Ray Muston : "Institutions as Marketing Oriented" Organizations , Marketing higher Education newsletter , Vol. III , No. 2 , February 1999 .

38- Craig Swenson : Customers & Markets , Change , The Magazine for Higher learning , Vol. 30 , Issue 5 , AAHE , N. Y. Sep. / Oct. 1998 .

39- Dale M. Lewison and Jon M. Hawes: Student Target Marketing Strategies for Universities : Journal of College Admission ,Issue 1 ,Summer 2007.

40- David G. Tonks & Marc Farr : Market Segments For Higher Education using geodemographics, Marketing Intelligence & Planning , Vol. 13 , Issue 4 , N. Y. 1995 .

41- David L. Bunzel :Universities Sell their Brands, Journal of Product & Brand Management, , Volume 16 · Number 2 · 2007 .

42- David Middlewood & Jacky Lumby : Strategic Management in Schools & Colleges , Paul Chapman Pub. Ltd. , New York , 1989.

43- David Stokes : Marketing Schools : A case for Making Relationship Work , Educaton Marketing Magazine Article , Issue 11 , New York ,1997

44- E. Mark Hanson : Educational Administration & Organizational Behavior, 4th , Allyn & Bacon Publishing Company , London , 1996 .

45- Ferderick E. Balderston : Managing Today's University , 2nd ed. , Jossey - Bass pub . San Francisco , 1995 .

46- Geraldine Clarke and M. A. Brown : Consumer Attitudes to the Higher Education Application Process , Journal of Marketing for Higher Education , Vol. 8 , No. 4 , Haworth press , Inc. , N. Y. 1998 .

47- Gibert A. Chruchill : Marketing Research : Methodological Foundations , The Dryden press , Harcourt Brace College pub., London , 1999 .

48- Hal Beder : Marketing Continuing Education programs, New Directions for continuing Education , Jossey , Bass , Inc. , London , 1986 .

49- Hanna-Mari Aula and Janne Tienari Becoming "World-Class"? Reputation-Building in a University Merger ,Critical Perspectives on International Business, , Vol. 7 ,No. 1, 2011.

50- Hsuan-Fu Ho and Chia-Chi Hung: Marketing Mix Formulation for Higher Education, An Integrated Analysis Employing Analytic Hierarchy Process, cluster analysis and correspondence analysis, International Journal of Educational Management, Vol. 22 , No. 4, 2008.

51- Hugh E. Daubek & Lori S. Feldman : Applying the Marketing Concept to the Marketing of Higher Education ,Available at: http://www.sbaer.uca.edu/research/sma/1995/pdf/36.pd.(Accessed May 2011)

52- Izhar Oplatka: Marketing the University: the Subjective Perceptions of Israeli Academics of their Role in attracting new Students to their Institution Journal of Higher Education Policy and Management ,Vol. 31, No. 3, August 2009 .

53- Jane Hemsley-Brown and Izhar Oplatka :Universities in a competitive global marketplace A systematic Review of the Literature on Higher Education Marketing , International Journal of Public Sector Management , Vol. 19 No. 4 , 2006.

54- Jane Hemsley-Brown and Izhar Oplatka :Market Orientation in Universities A Comparative Study of two National Higher Education Systems , International Journal of Educational Management,Vol. 24 , No. 3 , 2010.

55- Jonathan Ivy: A new higher education marketing mix: the 7Ps for MBA marketing ,International Journal of Educational Management , Vol. 22 No. , 2008.

56- Julian Yudelson : Adapting McCarthy four P's for the twenty first century , Journal of marketing Education , Vol. 21 , Issue I , N. Y. April 1999 .

57- Kate Ashrcoft and Foreman-Peck Lorraine: The Lecurer's Guide to Quality & Standards in Colleges & Universities , The Falmer Press , London , 1995 .

58- Kristine Mason O'Connor , Kenny Lynch and David Owe :Student Community Engagement and the Development of Graduate Attributes Education + Training ,Vol. 53, No. 2/3, 2011.

59- Lawrie Drysdale : TheEvolution of Marketing : Implications for Schools .Available at: http : // staff . ed fac . unimelb . edu . au . / lawrie drysdale / papers / evolution . html .(Accessed July 2001) .

60- M. C .Shukla : Management & Education , S. Chand & Company (PVT) LTD , New Delhi , 1996 .

61- Malcolm H. B. McDonald : Marketing Plans , How to Prepare them , How to use them . 2nd ed. , Heinemann Professional Pub. Ltd. , Oxford , 1990 .

62- Margaret Preedy & Others : Educational Management : Strategy , Quality & Resources , Open University Press , Phialadelphia , 1997 .

63- Marie Burbach & Ann Westrich : Life work Education , Marketing Education , Available at: http : // www. dpi . state . wi . usl dpi / disis / Ltd / Lenktgpg . html. , (Accessed January 2001) .

64- Mike Meldrum & Malcolm McDonald : Key Marketing Concepts , Macmillan Business pub. Company , London , 1995 .

65- Narayanan T. Ramachandran: Marketing Framework in Higher Education Addressing Aspirations of Students Beyond Conventional Tenets of Selling products ,International Journal of Educational Management, Vol. 24 ,No. 6, 2010.

66- Philip Kotler & Alan R. Andreasen : Marketing for non profit organizations , 5th ed , Prentice - Hall , Inc. , Englewood Cliffs , New Jersey , 1996 .

67- Philip Kotler & Fox K. F. A. : Strategic Marketing for Educational Institutions , Prentice Hall , Inc. , Englwood Cliffs , New Jersey , 1995 .

68- Philip Kotler & G. Armstrong : Principles of Marketing , 8th ed. , Prentice - Hall Inc. , New Jersey , 1999 .

69- Philip Kotler & Sidney Levy : Broading The Concept of Marketing , Journal of Marketing , Vol. 33 , No. 1 , Jan 1969.

70- Philip Kotler : "Marketing for non-profit organization" 1st ed. , prentice - Hall. Inc. , New Jersey , 1975 .

71- Philip Kotler : Kotler on Marketing , How to Create , Win , & Dominate Markets , The Free Press , N. Y. 1999 .

72- Philip Kotler : Marketing Management , Analysis , Planning , Implementation & Control , 9th ed , Prentice - Hall , Inc. , Englewood Cliffs , New Jersey , 1997 .

73- Philip Kotler: Kotler on Marketing , How to Create , Win , & Dominate Markets , The Free Press , N. Y. 1999 .

74- Rajeev Bartra : Marketing Issues in Transition Economics , Kluwer Academic publishers , London , 1999 .

75- Stephen Ginns : Marketing further Education , Education Marketing Magazine Article , Issue 14 , Case studies from Heist , , Available at: http/ UK / casestudies / marketing part 1 . htm .(Accessed February 2001) .

76- Susan West Engelkemeyer : TQM in Higher Education : The Babson College Journey , Available at: http : // www. babson . edu / quality / Journey . htm . (Accessed May 2001) .

77- Wikipedia The Free Encyclopedia :Available at http://en. wikipedia. org /wiki/Social_marketing (Accessed May 2011)

78- William Stanton & Others : Fundamentals of Marketing , 9th ed. , McGraw Hill Inc. , New York , 1991 .

الفصل الخامس
بعض النماذج الاجنبية فى تسويق التعليم الجامعى

فيما يلى عرض لبعض النماذج الأجنبية فى تسويق التعليم الجامعى، وتتمثل تلك النماذج فيما يلى:

أولاً : النموذج الامريكى .

ثانياً: النموذج الاسترالى.

ثالثاً: النموذج الصينى.

رابعاً: نموذج المملكة المتحدة.

أولاً: النموذج الأمريكى

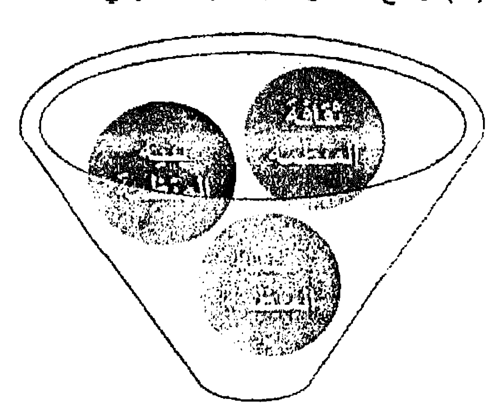
التجربة الأمريكية هي بدون شك أكثر التجارب ثراء نظراً للقيادة الأمريكيــة للثــورة العلمية التكنولوجية والثورة الصناعية التكنولوجية الحديثة ونتيجة للتغيرات التي شهدها القرن الحادي والعشرون والتغيرات الاقتصادية التي أدت إلي المطالبة بالخريجين علي درجة عالية من المعرفة الأكاديمية والمهنية في سوق العولمة زادت الولايات المتحدة من الإنفــاق علــي تعليمها ، بالإضافة إلي اتباع النموذج التشاركي فــي الجامعــات أي الاســتعانة بمؤسســات الصناعة والإنتاج وتطلعها إلي المساعدة من قبل الخبرات العلمية الأكاديمية للجامعــات فــي تطوير منتجاتها باستخدام التكنولوچيا المتطورة في ظل اقتصاد معلوماتي تنافسي · كما سعت إلي إعداد طلابها لبيئة العولمة في القرن الحادي والعشرين وذلك عن طريق تدويل تعليمهــا الجامعي من خلال توسيع برامج الدراسة بالخارج وتعزيز الدراسات الدولية · وأصبح الهدف الأساسي للجامعات تحقيق رسالة معينة أو الوفاء باحتياج معين فمثلما هو الحال فــي مجــال الأعمال أصبحت هناك ضرورة لخلق مكان في سوق العمل للجامعات الأمريكيــة ، ولــذلك أصبح تسويق التعليم العالي بالولايات المتحدة الأمريكية ضرورة ملحة في السنوات الأخيــرة للعديد من الأسباب وهي علي النحو التالي ؛

- المنافسة بين الكليات والجامعات بعضها البعض في سوق العمل ·

- زيادة تسجيل الطلاب والتحاقهم بالجامعة ·
- التحسين والسمعة الطيبة للجامعة ·
- تقييم احتياجات المستهلك والعمل علي إشباع رغباتهم واحتياجاتهم ·

لقد تزايدت أهمية تطبيق مفهوم التسويق في الكليات والجامعات بدرجة كبيرة خلال السنوات القليلة الماضية ، فقد تم إجراء العديد من الدراسات المتعلقة بهذا الموضوع توصلت إلي أن التوجه التسويقي ذو علاقة وثيقة بالاعتماد ، وتحقيق علاقة تسويقية رفيعة المستوي ، وبانخفاض أعداد التسجيلات · والبعض الاخر درس فاعلية الاستراتيجيات التسويقية المختلفة ومستوي تطبيق مفهوم التسويق في برامج MBA وتوصلت إلي أن ٨٠% من المؤسسات المشاركة طبقت مفهوم التسويق · وأصبح يتصل تطبيق المفهوم التسويقي بثلاثة متغيرات داخلية يمكن توضيحها في الشكل التالي :

شكل (١) يوضح العناصر السابقة للتوجه التسويقي



التوجه بالتسويق
Mr. Orientation

نلاحظ علي الشكل السابق أن هذه المتغيرات الثلاثة التي تؤثر في التوجه التسويقي للتعليم الجامعي الأمريكي ما يلي :

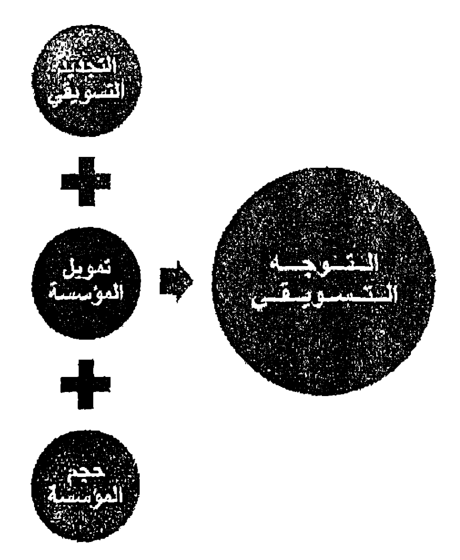
١- ثقافة المنظمة organization culture وهي تتصل اتصالاً وثيقاً بما تؤمن به المنظمة والعمل علي التجديد المؤسسي لهذه المنظمة وفقاً لثقافتها .

٢- رسالة المنظمة .

٣- البيئة التنظيمية .

ويرتبط بهذين المتغيرين حجم الكلية ومصادر التمويل (الخاصة والعامة) هذا بالإضافة لدرجة القيم الإبداعية التي تؤمن بها الجامعة . ولذلك فإن التوجه التسويقي بالتعليم الجامعي في الولايات المتحدة الأمريكية يتضمن عناصر أساسية ضمن المتغيرات الثلاثة السابقة ، وهي عناصر سابقة علي تنفيذ المفهوم التسويقي وتتمثل في :

شكل (٢) يوضح العناصر السابقة علي تنفيذ المفهوم التسويقي



هكذا فإن العديد من الجامعات والكليات الأمريكية استجابت للانخفاض في معدلات تسجيل الطلاب بمؤسساتها وانخفاض التمويل عن طريق استراتيجية التسويق وحث هذه المؤسسات علي استخدام الإعلان والترويج كأحد عناصر المزيج التسويقي والتوجه نحو المستهلك، ولذلك تقوم الجامعات الأمريكية بصفة عامة بالتوجه التسويقي لخدمة حاجات

التنمية الأمر الذي أدي إلي أن تحكم الجامعة الاعتبارات الاقتصادية وآليات السوق والتنافسية ويمكن توضيح ذلك من خلال النموذجين التاليين :

١- النموذج التحويلي لـ "Bob S. Topor" : ويعرض فيه لمستقبل تسويق التعليم الجامعي بإلقاء الضوء علي التغيرات التي كانت سائدة في الماضي ·

٢- نموذج "سمعة المؤسسة الجامعية" ويتضمن :

أ- سمعة المؤسسة · ب- توقعات الطلاب كمستهلكين

جـ- اتساع الخدمات والأنشطة غير الأكاديمية · د- الحرم الجامعي ·

هـ- موقع المؤسسة ·

النموذج التحويلي لبوب توبور Transformational Model لـ Bob. S. Topor :

تحول النموذج هو ما يحدث عندما تتغير الصيغ القديمة للتفكير الإداري فأي كسر يحدث في التقاليد يتطلب تغييراً في التفكير الخاص بكيفية استقبال الفرد للموضوع ، ففي العصور القديمة ، مرت المؤسسات التعليمية بفترة زمنية طويلة حتي تتغير ، وكانت التغييرات تتسم بالبطء وبأنها شاقة ، وكانت تحتاج إلي فترات زمنية طويلة حتي تتغير ، كما كان من الممكن أن تتوقع التغيرات التالية بسهولة ، أما الآن ، فالأمر يختلف تماماً ، مؤسسات التعليم العالي تتغير بسرعة شديدة مثلها كمثل المؤسسات الأخري وقطاعات الأعمال الأخري في المجتمع، ويمكن فحص مستقبل تسويق التعليم العالي الأمريكي ومخرجاته عن طريق إلقاء الضوء علي التغيرات التي طرأت علي الأداء الذي كان سائداً في الماضي وذلك من خلال النموذج الذي وضعه روبرت توبور Robert "Bob" S. Topor علي النحو التالي :

- في الماضي كان الأستاذ يقرر الهيكل التنظيمي ويقرر ما سوف يدرسه ، أما الآن وفي المستقبل ، سيكون للطلاب أنفسهم قدر كبير من المسئولية وتحديد أوجه تنميتهم ودراستهم العلمية · العديد من الطلاب اشتركوا في التغيرات التي طرأت علي التعليم الجامعي وهذه التغيرات تمثل فرصاً تسويقية جديدة متميزة خاصة للطلاب الأكبر سناً والأكثر نضجاً ، فالعديد من هؤلاء الطلاب يدركون ماهم بحاجة إليه والبعض يدرك ما يستوجب عليه القيام به حتي يصل إلي تلك الغاية ، فلقد انتهي زمن الطالب

الساذج ، وأصبح الطلاب أكثر ذكاء عن ذي قبل ومع ذلك يجب أن نحذر أن هـذا القسم التسويقي الجديد الخاص بالراشدين يختلف عن السوق القديمة ، فهذه السـوق الجديدة ذات متطلبات أكثر ·· واسعة المعرفة ، حاسمة فتلك الفئة العمريـة (١٨-٢٤) سنة تعرف كيف تشكو ولمن تقدم شكواها ·

- كان للتكنولوجيا أثر ضئيل علي مخرجات التعليـم الجـامعي ، أمـا الآن تلعـب التكنولوجيا دوراً كبيراً في تغيير الحياة بشدة وعمق فالكمبيوتر ، نظـم الاتصـال ، التعليم عن بعد أمور بدأت تظهر في أفق تسويق التعليم العالي ومخرجاته ·
- في الماضي كان معظم أعضاء هيئة التدريس موظفين متفـرغين ، أمـا النمـوذج الجديد فسيصبح أعضاء هيئة التدريس المنتدبون لبعض الوقت هـم القـادة ولـيس الاستثناء قيمة الخبرة العملية ستسود في معظم المجالات العملية ، وسيصبح التوجه نحو المهنة أمراً حتمياً ، وستتاح أمام الكليات فرص تسويقية جديدة ·
- صورة المؤسسة التعليمية كانت تعتمد في الماضي بشكل أساسي علي واقع الجامعة نفسها ، أما الآن ومستقبلياً ، فقد تعتمد الصورة علي مدركات الجمهـور الـداخلي والخارجي ، فجامعات المستقبل ستصبح أكثر اعتناء بالصورة والعلاقات المدركـة لدي تخيلات المنافسين ·
- في الماضي كان خريجو الجامعات يحبون الوظيفة بمجرد أن يتموا دراستهم ، أمـا الآن وفي المستقبل وفي ظل أسواق التوظيف غير التقنية ، لـن تكـون هنـاك أي ضمانات لتوظيف الخريج ، وبالطبع سيكون لخريجي الجامعـات الأفضـلية عـن غيرهم ، هذه الفكرة ستظل فكرة تسويقية عامة ·
- في الماضي معظم الطلاب الأمريكيين كانوا يدرسون في الولايات المتحدة الأمريكية فقط أما في المستقبل سوف يكتشف التعليم العالي أن التعليم يجب ألا يكون محـدوداً بالعوائق المادية والجغرافية ، فسيكون هناك تفهم أعمق وتقدير أكبر للأسواق الدولية وستكون هناك جامعة عالمية روادها طلاب عالميون ·
- في الماضي عندما بدأ هذا العمل التسويقي ، كان الشعور السائد هو عـدم إمكانيـة تطبيق مبادئ التسويق بفاعلية علي التعليم العالي ، أمـا الآن ومسـتقبلياً سـيدرك

الإداريون وأعضاء هيئة التدريس أن التسويق ضرورة مطلقة للنجاح التعليمي وسوف يتزايد منصب نائب رئيس الجامعة للتسويق ·

- جامعات التحالف أفضل من غيرها ، ففي النموذج الجديد سيتم تقييم مؤسسات التعليم العالي ومخرجاته عن طريق عوامل عديدة ولذلك فبعض التحالفات الآن في موقف شديد الحساسية لأن معظم الجامعات الأخري سوف تنظر إليها علي أنها هدف شديد التنافسية ·
- في الماضي لم يكن هناك أفضل من فريق العمل الداخلي وأعضاء هيئة التدريس ليقوم بتحديد ما سوف يدرس وما سيتعلمه الطلاب ، أما الآن ومستقبلاً فالقوي الموجهة لمقررات التعليم العالي ستصبح في أيدي المستهلكين (الطلاب) والافتراضات القديمة حول المناهج سوف تنتمي جانباً · والجماهير المستهدفة ستكون أكثر مصدر للمعلومات الخاصة بالاحتياجات التي يجب الوفاء بها ، وفهم وإدراك هذه الجماهير أمر حتمي ·
- قديماً ، عند الاحتكاك بفرصة تسويقية كان الشائع في التعليم العالي محاكاة ما حدث في السنوات السابقة ، ينظر الأفراد إلي الوراء ثم يقلدون الأفكار القديمة والآن ومستقبلاً هذا المفهوم القديم لن يكون له جدوي ، فيجب العثور علي حلول جديدة للفرص الجديدة وهذه الحلول سوف تقوم علي أساس الأبحاث وليس علي أساس التخمينات ·
- كانت الكليات تعمل من سبتمبر وحتي يونيو ، أما الآن ومستقبلياً سوف تتنوع الجداول مثلما تتنوع مظاهر الحياة ، ورغبات الطلاب هي التي ستملي الجدول الدراسي وليس اللوائح الإدارية الداخلية أو التقليدية ·

متطلبات النموذج التحويلي لـ Bob S. Topor :

وضع روبرت بوب توبور واليزابيث ليزبولارد Bob S. Topor و Liz pollard مجموعة من المتطلبات اللازمة للنموذج التحويلي لتسويق التعليم الجامعي ومخرجاته ويتضمن ما يلي :

١- إجراء المراجعة الداخلية للمنظمة وذلك بالنظر للرسالة المؤسسية التعليمية والتي تهدف إلي تحقيقها ومدي واقعية هذه الرسالة ولمن توجه ، والنظر للمؤسسة الجامعية من وجهة نظر الطالب المرتقب وما يتطلع إلي هذا الطالب ، ومدي اتصال هؤلاء الطلاب بالصورة العامة للمؤسسة متضمناً القبول ، البرامج ،٠٠ الخريجين ٠

٢- إجراء التحليل الرباعي للجامعة فنواحي القوة والضعف والفرص والتهديدات هي أدوات أساسية للتسويق وهذا يتطلب باستمرار مراجعة البرامج والمناهج ٠

٣- إجراء التحليل الرباعي المنافس والتعرف علي واقعية المنافسين بالإضافة إلي قوة وضعف المستهلكين المدركين في السوق ٠

٤- إجراء عملية تقييم السوق حتي يكون الهدف النهائي للمؤسسة الجامعية ، الاستمرارية في تحسين الوضع الجامعي في السوق ، بالإضافة لتحسين المركز التنافسي بين هذه الجامعات الأخري ، وتقييم المناهج الدراسية في ضوء الاتجاهات الحديثة ٠

٥- يجب أن تتعرف المؤسسة الجامعية علي الآتي :

- من مستهلكوها ؟

- التعرف علي المستهلكين بطرق عديدة وعلي نطاق واسع من حيث:

أ- الطلاب الحاليين ، المرتقبين ، والطلاب الراسبين ٠

ب- أعضاء هيئة التدريس والإداريين ٠

جـ- الشركات والخريجين ورجال الأعمال ٠

د- جميع الأفراد الذين لهم صلة بالمؤسسة الجامعية ٠

٦- معرفة لماذا تم اختيار الطلاب لهذه المؤسسة ؟ ولماذا فضلوا الدراسة بها عن غيرها من المؤسسات الجامعية ، فالمستهلكون الحاليون هم أفضل مؤشرات النجاح للمؤسسة الجامعية أو فشلها ٠

٧- أفضل طريق لتحسين أداء المؤسسة الجامعية هو التحدث مع هؤلاء الذين يرفضون مخرجاتهم الجامعية وتحديد احتياجاتهم ورغباتهم ٠

٨- تحديد الأهداف المستقبلية التي تريد المؤسسة الجامعية تحقيقها في المستقبل القريب ، ويراعي أن تغطي هذه الأهداف نطاقاً واسعاً للمؤسسة الجامعية (القبول ، زيادة

التمويل ، الخريجين ، الأهداف الداخلية والخارجية ، أعضاء هيئة التدريس ، الطلاب ، الآباء ، الأصدقاء) ·

٩- التعريف على تحديد الأساليب المستقبلية المستخدمة لتحقيق الأهداف السابقة بالإضافة للأساليب الترويجية المختلفة التي ستحتاج لها هذه المؤسسة الجامعية.

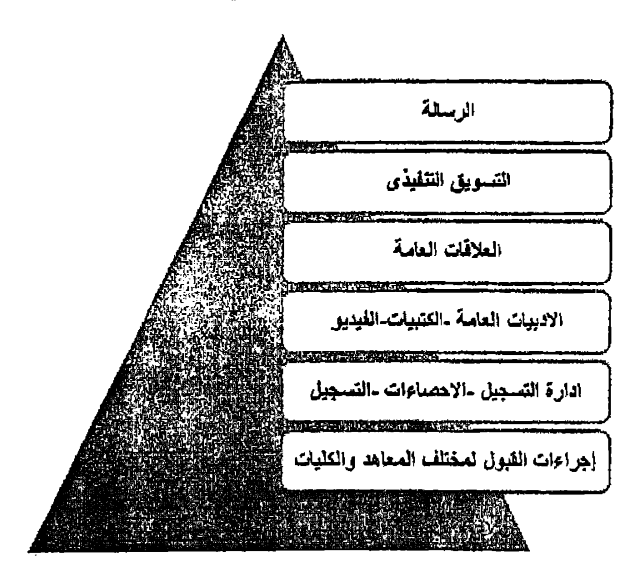
نموذج السمعة الطيبة Good Reputation Model :

معظم مؤسسات التعليم العالي نشأت دون الانتفاع ببرنامج رسمي للتسويق تدعمه خطة تبرز الرسالة والمكانة التسويقية للمنظمة ، ومثلما يحدث في قطاع الأعمال نشأت سوق المؤسسات بالنظر لكيفية تلقي السوق لمنتج المؤسسة ، والمؤسسة التي تتمتع بسمعة عالية الجودة تجذب أعضاء هيئة التدريس علي أعلي مستوي ، وأعضاء هيئة التدريس رفيعي المستوي إضافة للمناهج الجيدة يخدمان أفضل الطلاب ، وتطوير المؤسسة بهذا الأسلوب التنموي يخلق إقناعاً طبيعياً فيما يتعلق بسمعة الجودة · هل يؤدي توافر الجودة في أعضاء هيئة التدريس وفي المناهج إلي توفير الجودة في التعليم مما يؤدي لتنمية طالب جيد ، أم أن الطالب الجيد يأتي إلي المؤسسة طالباً الحصول علي تعليم جيد لأنه سيدرك ما يحصل عليه من تعليم تحت أي ظرف من الظروف ؟ وعلي الرغم من عدم الفصل في هذه القضية إلا أن الحقيقة الثانية هي أن المؤسسة الجامعية ترغب دائماً في جذب كل من أعضاء هيئة التدريس والطلاب الذين يتصفون بالجودة.

ولقد أصبحت المؤسسات الجامعية تأخذ التسويق مأخذ الجدية أكثر ما كانت عليه في الفترة السابقة لعام ١٩٨٥ ، وأولي خطوات برنامج تحسين التسويق هي فهم العلاقات المختلفة في الحرم الجامعي · علي سبيل المثال ، العلاقة بين مكاتب القبول في مختلف الكليات والمعاهد داخل المؤسسة · إذا أرادت المؤسسة أن تحقق التمييز بأسلوب ما يجب أن يكون لديها برنامج تنسيقي لتحديد هذا التخيل والتأكد من أن كل الكتيبات والإعلانات والأساليب التسويقية الخاصة بهذا التحليل موجودة في السوق · وقد أدركت بعض المؤسسات الجامعية هذه الحاجة وأنشأت وظيفة إدارة التسجيل Enrollment Management والتي ارتقت في بعض الأحيان لتصل إلي مكانة العمادة أو نيابة رئاسة الجامعة · إلا أن ذلك لا يشكل سوي

حل جزئي إن ما نتحدث عنه هو وظيفة تسويقية يدعمها تخطيط استراتيجي تنفيذي جيد ويوضح ذلك الشكل التالي :

شكل (٣) هرم التسويق المنظمي



ويوضح الهرم التنظيمي في الشكل السابق والذي يشمل الوظيفة التسويقية للتعليم العالي كما يجب أن تكون في أعلي المنظمة رسالة المؤسسة يتبعها التصميم التنفيذي مصاحباً للمسئوليات الأساسية للتسويق وأسفل الهرم بناء اللوائح الخاصة بمختلف عمليات القبول · وأياً كان البناء التنظيمي المتبني للتعامل مع الهرم التسويقي الموضح بالشكل السابق ، يجب أن يوجه لشخص ما يكون مسئولاً عن كل المبادرات التسويقية داخل المؤسسة الجامعية · كما يجب أن يوجه لأحد المنظمين ليحدد العلاقات الداخلية بين مختلف أجزاء السوق وليكون مسئولاً عن الميزانية الإجمالية للتسويق.

وعلي ضوء ما سبق نلاحظ أن الجامعات الأمريكية تسعي لتحقيق سمعة طيبة في سوق العمل ولطلابها كمستهلكين ولذلك اتبعت في هذا النموذج مجموعة من المتطلبات وهي علي النحو التالي :

متطلبات نموذج السمعة الطيبة **AR** :

ليس هناك سمة شك في أنه سيتم الحكم علي الجودة مباشرة بناء علي نجاح الخريجين والسمعة المهنية لأعضاء هيئة التدريس بالمؤسسة الجامعية ، إلا أن توجيه الإعلان والعلاقات العامة للمؤسسة نحو إبراز وإلقاء الضوء علي أداء أعضاء هيئة التدريس والتدريب الذي يتلقاه الطلاب من شأنه دفع عملية تنمية السمعة . فسمعة المؤسسة الأكاديمية لكلية ما مثل كلية بوسطن Boston College والتي أجريت عليها دراسة تحليلية للسمعة الأكاديمية للكلية كما يدركها المستهلك تبين أن هناك ثلاثة مكونات توصف سمعة الكلية AR. (الاهتمامات الأكاديمية ، مبادئ الحرم الجامعي ، القيمة العملية) أي أن جودة السمعة يرتبط بـ (الاهتمامات المنهجية ، الشمولية الأكاديمية ، الإعداد للمهنة).

فبالنسبة لأي مؤسسة قررت تغيير اتجاهها ، واستخدام نفس هذه الأساليب سوف يدعم إدراك السوق لهذا التغيير . وهناك مجموعة من العوامل التي تؤثر في تسويق المؤسسة لدي الطلاب وآبائهم وغيرهم من المستهلكين ، وتشمل هذه العوامل علي ما يلي :

١- صافي التكلفة السنوية للطالب :

تخفيض المصروفات الدراسية لأجل الإعانة المالية أمر واسع الانتشار وهو يدعم استيعاب المؤسسة لمعدلات أعلي من الطلاب اللذين علي استعداد للدراسة ، بل يدفعون بالفعل المصروفات كاملة بهدف تقديم إجمالي سعر أقل للطلاب الذين لا يستطيعون دفع التكلفة كاملة للتعليم . ونتيجة لتدهور موقف السوق سوف تتزايد أهمية إدارة المؤسسات لعملية تكلفة فعالة ومن ثم الحفاظ علي معدلات المصروفات الدراسية المتاحة والتنافسية ، فمن أهم التحديات التي تواجه التعليم العالي في القرن الحادي والعشرين هي كيفية تمويل استخدام التكنولوجيا المتزايد ، ولا يمكن أن يتم ذلك إلا عن طريق زيادة المصاريف للطالب بناء علي استخدامه للأجهزة التكنولوجية Student Extra Fees .

٢- العثور علي منزلة في السوق :

المكانة التسويقية يجب أن يتم تصميمها حول الحاجة المجتمعية . مثال ذلك ، مئات المؤسسات تقدم درجات علمية في مجال الأعمال . إذا كان يجب علي كلية ما أن يكون

لها سمعة جيدة وقوية في هذا المجال ، فيجب أن يتم تصميم مناهجها لما قبل التخــرج ومــا بعده علي أساس تزويد الطلاب بتعليم مفصل خصيصاً بناء علي الاحتياجات الحالية للصناعة وفيــما يلي نمــاذج للتغيير لتجويد سوق برنامج الأعمال لصالح الســوق التــي ستــتلقي الطــلاب بكــلية التجارة بجامعة إيوا الشمالية Northern Iowa University :

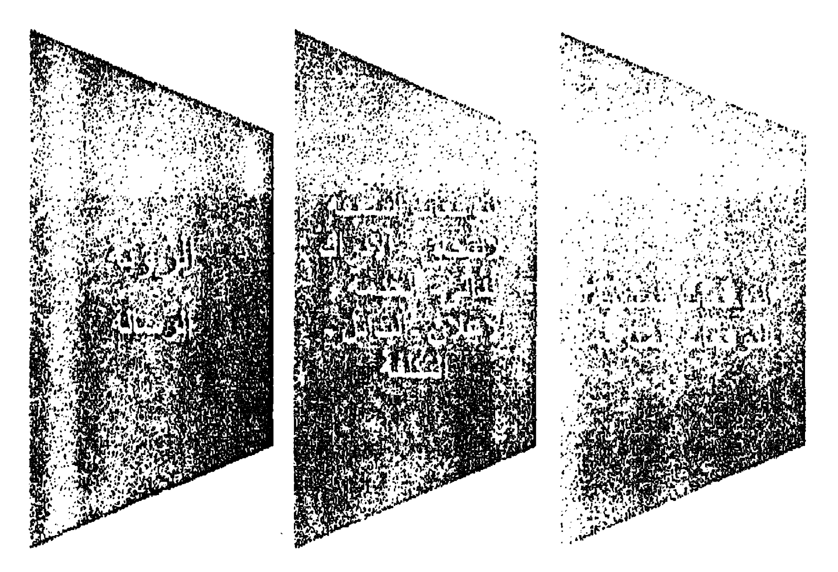
- ينبغي علي جميع الطلاب أن يصلوا إلي فهم صحيح للمحاسبة لأن تلك هي أســاس الصناعة في جميع أنحاء العالم.
- يجب عولمة المناهج بالكامل من منطلق إدراك أن الأعمال الآن تشكل مجالاً عملياً.
- علي كل الخريجين أن يتقنوا التعامل مع الكمبيوتر وأن تتاح لهم فرصة اســتخدامه في كل المجالات العلمية في مناهجهم لأن استخدام تطبيقات الكمبيــوتر فــي عــالم الأعمال يتيح فرص التوظيف عالمياً ·
- تفضل الصناعة الخريجين الذين لديهم قاعدة معرفية واسعة اكتسبوها من تعلم العلوم الإنسانية مصاحبة لما ينالون من تدريب فني.
- ربما يكون السلوك الأخلاقي لرجال الأعمال في مجتمعنا سلوكاً غير مقبول ومن ثم يصبح الخريجين بحاجة إلي قاعدة أخلاقية سليمة ·
- ينبغي علي أعضاء هيئة التدريس أن يوجهوا أعمالهم للاقتراب الشديد من الصناعة لضمان أن الأبحاث وتطوير المناهج يتصل اتصالاً وثيقاً بها ·
- إرضاء الطلاب للمؤسسة وإرضاء المجتمع وعالم الأعمال الذي ســيقتحمونه بعــد التخرج وأيضاً إرضاء المستهلك سيزيد من الطلب علي المنتج الذي تقدمه.

٣- توقعات الطلاب المستهلكين :

أشارت دراسة ليكاتا Licata وماكس هام Maxham عام ١٩٩٨م والتــي أجريــت بجامعة ولاية لويزانا Louisiana State University أن توقعات الطلاب لهــا مســتويان متميزان وهما المستوي الأول أو المستوي الأدنى وهو ما يتعلق بالتوقعات الفعلية والواقعيــة أي ما سيحدث بالفعل خلال الفترة الدراسية للطلاب · والمستوي الثاني أو المستوي الأعلــى أي المستوي الأمثل والذي يرغب الطالب حدوثه ، وما ينبغي أن يحدث داخل المؤسسة حتي

تكون علي مستوي مثالي من الجودة ، وكل من هذين المســتويين لــه تأثيراتــه المختلفــة ٠ ويوضح ذلك الشكل التالي :

شكل (٤) يوضح مستويات توقعات الطلاب كمستهلكين



وعلي ضوء هذا الشكل نلاحظ التوقعات التي تسبق نية الالتحاق هي :

١- الإدراك الذاتي للدور الذي ستؤديه الخدمة المقدمة : ويتمثل ذلك في الـدور الــذي سيلعبه الطالب للوصول إلي الخدمة الجامعية ٠

٢- تحمل المشاق (الضغوط) : تأييد الأسرة والأصدقاء وغيرهم مــن المــؤثرين فــي اختيارات الطلاب ٠

٣- الإعلان الشفهي : ويتمثل فيما يقال عن المؤسسة من جانب الخبراء والآخرين.

٤- البدائل : المؤسسات الأخرى المنافسة والتي من الممكن أن يختارها الطالب.

٥- التكلفة : وتتمثل في تكلفة العملية التعليمية المقدمة ٠

ولذلك فإن نية الطالب لحضور المؤسسة الجامعية ورؤيته عن هذه المؤسسة تعتمد إلي حد كبير علي توقعاته الحالية من هذه المؤسسة وتوقعاته المستقبلية . ومن العوامل المؤثرة في اختيار الطالب الأمريكي للجامعة باعتباره مستهلكاً لها ما يلي :

- مناخ الجامعة .
- الفرص وإتاحة الجامعة .
- تعاطف خريجي الجامعة .
- اتجاهات الخريجين تجاه الجامعة .
- تنوع برامج الجامعة .
- سمعة الجامعة .
- جودة البرامج وأعضاء هيئة التدريس .
- حجم الجامعة .
- مكان الجامعة .

ويرتبط بتوقعات الطلاب المرتقبين ارتباطا وثيقًا بإرضائهم ، فالرضا Satisfaction يعتبر الحكم النسبي الذي يدلي به المستهلك والذي يأخذ في الحسبان المنافع والخصائص التي يحصل عليها من خلال عملية التبادل ، ويرجع إرضاء المستهلك لأننا حينما نجد أن توقعاته تفوق جودة المنتج المقدم له ، والعكس بعدم إرضائه إذ لم تكن هناك جودة تفوق توقعاته . فالرضا هنا عبارة عن تقييمه لجودة "السعر ، الخدمة ، المنتج" ويمكن إرضاء الطلاب المرتقبين ورجال الأعمال لاختيارهم للجامعة من خلال أبعاد أربعة أوضحتها المصفوفة التالية بجامعة كلورادو الجنوبية Southern Colorado University :

أ- المصداقية وتأكيد الجودة : وتتضمن ما يلي :

- أعضاء هيئة تدريس علي مستوي عالٍ من الجودة .
- فريق إداري مؤهل تأهيلاً عالياً .
- التأكيد علي التميز الأكاديمي .
- موقع الحرم الجامعي ومناسبته .
- السمعة العامة للمؤسسة الجامعية .

- العروض التوظيفية التي يمكن أن يحصل عليها خريجو هذه المؤسسة الجامعية ·

ب- التعاطف : ويحتوي علي الآتي :

- اشتراك أعضاء هيئة التدريس مع الطلاب ·
- معاملة أعضاء هيئة التدريس الودودة للطلاب ·
- المعاملة الودية من فريق العمل الإداري ·
- سهولة الاقتراب من أعضاء هيئة التدريس والفريق الإداري ·

ج- الاستجابة : وتختص بما يلي :

- مزيج واسع من الموضوعات المقدمة للطلاب استجابة لاحتياجاتهم ورغبات سوق العمل.
- الموضوعات الرئيسية والمحورية المقدمة لكل Semester ·
- أماكن الدراسة والعمل ومدي مناسبتها ·
- الوظائف التي يمكن الحصول عليها بسبب سمعة الجامعة ·
- الدوريات والكتب المتاحة بالمكتبة.

د- البيئة الفيزيقية الملموسة داخل الحرم الجامعي : وتتضمن ما يلي :

- مكانًا لانتظار السيارات ·
- حرمًا جامعيا خاليا من العنف والجريمة ويتسم بالأمان ·
- الحفاظ علي المبني والحجرات الدراسية ونظافتها.

وعلي ضوء ما سبق ، نلاحظ أن هذه الأبعاد الأربعة هي التي تشكل معاً إرضاء الطالب الأمريكي باعتباره مستهلكًا للمؤسسة الجامعية.

٤- موقع المؤسسة :

المتقدمون وآباؤهم يتأثرون إلي حد كبير عند انتقاء المؤسسة الجامعية بموقعها ، مقرها داخل المجتمع الجامعي ، الخدمات ، الفرص الترفيهية ، تسهيلات الانتقال المحلي ، والمسافات الطويلة ·· لسوء الحظ أن تغيير موقع المؤسسة أمر ليس عمليا ، ومع ذلك برنامج التسويق الناجح هو الذي يوفر أفضل ما تستطيع الجامعة تقديمه ويمتدح هذه الإمكانيات ويطورها ·

٥- سمعة المؤسسة في المجال الذي يرغب الطالب في الانتساب إليه :

السمعة في جزء كبير منها هي كيف ينظر المستهلك(الطالب والمجتمع...) إلى المؤسسة الجامعية ، ولذا يصبح التسويق شديد الأهمية في التعليم العالي لصياغة السمعة الجامعية · الأمر الذي يتطلب من المؤسسات الجامعية أن تدرس صورتها ووضعها الحالي في السوق فيما يخص نواح القوة والضعف الخاصة بها ، وتجويد الصورة والسمعة الخاصة بالمؤسسة الجامعية يتطلب ما يلي :

١- شكل الصورة Image formation :

ويتمثل ذلك في شكل الصورة المكونة لدي الشركات ورجال الأعمال عن الجامعة ومخرجاتها يؤثر إلي حد كبير في سمعة المؤسسة الجامعية ·

٢- التصورات والصور المتعددة perceptions & multiple images :

غالباً ما يكون لدي الشركات والأفراد صور متعددة عن الجامعة وخريجيها وليس صورة واحدة ·

٣- تقييم الصورة Image assessment :

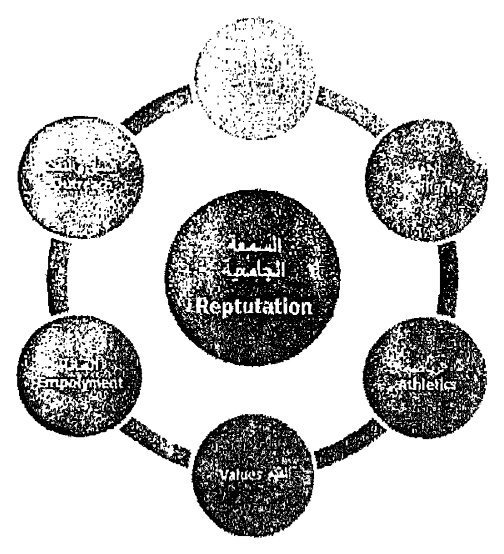
ينبغي تقييم المؤسسة الجامعية بصورة مستمرة للوقوف علي جوانب القصور والعمل علي علاجها ·

ولذلك فإن تقييم صورة المؤسسات الجامعية وتعديلها أصبح يحتوي الآن علي ما يلي :

- التقييم المستمر ·
- تحديد المشكلات والتهديدات والفرص ·
- صياغة الصور المرغوبة من رجال الأعمال والشركات ·
- السمعة الأكاديمية متمثلة في :
  - أعضاء هيئة التدريس ·
  - المنهج ·
  - جودة التدريس ·
  - علاقة الجودة بالمصروفات الجامعية ·

كل هذه العوامل تعزز صورة الجامعة ، وتزودها بتأييد تسويقي لعدة سنوات · ويؤكد علي ذلك النموذج التالي الذي يعرض لسمعة جامعة الولاية SU State University والتي تقع في Western State والنواحي الأكاديمية :

شكل (٥) يوضح الجوانب المختلفة لتحقيق السمعة الجامعية الطيبة



ويتضح من ذلك أن قرار الطالب في الالتحاق بالجامعة يتوقف علي مدي سمعتها من كل هذه الجوانب معاً سواء من حيث الناحية الأكاديمية ومدي علاقتها بالناحية الرياضية ، أو من حيث القيم التي يتلقاها الطالب بهذه المؤسسة وفرصة العمل التي يتيحها إذا التحق الطالب بها.

٦- اتساع مدي الخدمات والأنشطة غير الأكاديمية المقدمة :

الخدمات والأنشطة غير الأكاديمية المقدمة للطلاب لا تتوقف أهميتها علي البرنامج التسويقي للمؤسسة فحسب ، ولكنها مهمة أيضاً بالنسبة لسعادة ورفاهية الطلاب وينطبق ذلك أكثر ما ينطبق علي الكيان الهائل للطلاب المقيمين ، فمن الضروري وجود برنامج شامل

للأنشطة العقلية والبدنية لجذب الطلاب والحفاظ عليهم ، كما أنه أمر ضروري لتنمية الطلاب كمواطنين مسئولين لهم دور إيجابي مطلوب في سوق العمل ، ومن أهم ما يميز التعليم العالي بالولايات المتحدة الأمريكية أنه يمتلك جميع خصائص وصفات "صناعة الخدمة" التي تقدم للمستهلك ، فطرق التسويق المستخدمة في الخدمات انتقلت بسهولة لأسواق التعليم العالي <

٧- رضا رجال الأعمال عن المهارات التوظيفية للخريجين :

هناك علاقة وثيقة بين الجودة وإرضاء المستهلك ، فالرضا العولمي ، والرضا بالقيمة المرتبطة يرتبط بحد كبير علي جودة الخدمة المقدمة للعميل ، فالرضا عن المؤسسة يتوقف علي الخصائص والصفات التي يتميز بها منتج هذه المؤسسة الجامعية وفقاً لما يقره العميل بناء علي المهارات التي يتميز بها خريجو هذه المؤسسة الجامعية، ومن أهم المهارات التي تتطلبها سوق العمل ورجال الأعمال في خريجيهم ما يلي :

- المهارات المحورية (الرئيسية) كالقيادة ·
- المهارات الإبداعية ومهارات التفكير ·
- يقتنع رجال الأعمال الأمريكيون بالخريجين الذين يرجعون مرة أخري للجامعة لمواصلة احتياجات التخرج المستقبلية ·
- القدرة علي مواجهة المواقف الحياتية ·
- القدرة علي العمل بأسلوب الفريق ·
- الرؤية النقدية ·
- المهارات الأكاديمية الخاصة بمهنتهم ·
- مهارات الاتصال ·
- مهارات الكتابة ·
- المهارات المهنية ·
- القدرة علي التكيف مع تكنولوجيا التغيير ·
- المهارات الحسابية ·
- خبرة بمشكلات العالم ·
- مهارات التحدث ·

- مهارات الاستماع ·
- الثقة بالنفس ·
- المهارات الفنية ·

٨- الحالة العامة للمرافق المادية والبيئة المحيطة بالحرم الجامعي :

المكونات المادية التي تتألف من الفناءات ، المباني ، المآرب ، المسطحات الرياضية ، والمظاهر الطبيعية التي تربط بينهم ، عوامل ذات أهمية قصوي بالنسبة لتسويق المؤسسة · الحرم الجامعي مقر أعضاء هيئة التدريس ، فريق العمل ، الطلاب ، الأبناء ، الزائرين لمدة ثماني ساعات أو أكثر يومياً ، بالإضافة لذلك هذا الحرم نفسه يمثل مقراً دائماً لمدة أربع وعشرين ساعة للطلاب الوافدين الذين يقيمون فيه ، وإذا أردنا الحصول علي حرم جامعي جذاب للطلاب ، فلنجعل الحياة فيه مبهجة ، جذابة رياضياً ولتصبح مكاناً يرغب الطلاب في الحضور إليه أكثر من مغادرته ·

١- نموذج الجامعة الأمريكية بالقاهرة والبرنامج التسويقي لخرجاتها وخدماتها

أنشئت الجامعة الأمريكية بالقاهرة عام ١٩١٩ م علي يد أشخاص أمريكيين ، وهبوا حياتهم للتعليم والخدمات في الشرق الأوسط · والرئيس المؤسس للجامعة هو Dr. Charles A. Watson ، و تعد الجامعة الأمريكية اليوم الجامعة الرئيسية في المنطقة التي توفر تعليماً باللغة الإنجليزية، وهي تساهم بشكل أساسي في تنمية الحياة الإجتماعية والسياسية والثقافية بالعالم العربي. كما تعد ملتقى لثقافات العالم لما تتيحه من مناظرات تستند على الحجة ولجهودها في دعم إلتفاهم العالمي. والجامعة الأمريكية بالقاهرة جامعة مستقلة، غير هادفة للربح، غير طائفية، متعددة الثقافات والتخصصات وتمنح فرصاً متساوية لجميع الدارسين، ومعترف بها كليةً في مصر والولايات المتحدة الأمريكية. تستند المناهج الدراسية بالجامعة على التعليم الليبرالي والعملي، كما تتيح فرص البحث الدقيق للقضايا المحورية في كل التخصصات الرئيسية.

قامت الجامعة الأمريكية بالقاهرة بتشييد الحرم الجامعي بالقاهرة الجديدة بهدف تعزيز التفاعل والتواصل لكل من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس والموظفين بالجامعة. يضم الحرم الجامعي الفصول الدراسية الحديثة والمعامل وقاعات المحاضرات، وأيضاً المرافق الهامة الأخرى التي تساعد على إثراء الحياة التعليمية بالجامعة. والتزمت الجامعة الأمريكية بتلبية احتياجات المنطقة إزاء التطبيقات العملية والتخصصات المهنية، كما عملت الجامعة أيضا على تعزيز التعليم الليبرالي، الذي يقر على جميع طلاب البكالوريوس، بغض النظر عن تخصصاتهم، دراسة العلوم الإنسانية والعلوم الطبيعية والاجتماعية كجزء من المنهج الدراسي المقرر. و بالإضافة إلى دورها الأكاديمي، التزمت الجامعة أيضاً ببث روح التفاهم في جميع أنحاء العالم وبين الثقافات والأديان المختلفة

الهدف والوظائف :

الجامعة الأمريكية بالقاهرة هي مؤسسة خاصة للتعليم العالي تهتم بالتعليم ، والبحث العلمي ، والخدمات وهي تمثل المبادئ والتطبيقات التعليمية الأمريكية ، كما تعترف بالتراث والعادات السائدة في مصر وبقية أنحاء العالم العربي · والجامعة الأمريكية مؤسسة متعددة الأوجه لها وظائف متنوعة ، فهي لا تخدم مصر والشرق الأوسط وأفريقيا فحسب ، بل إنها تخدم أيضاً الولايات المتحدة الأمريكية وبلاداً أخري · لغة التعليم المستخدمة فيها هي اللغة الإنجليزية ، ووفقاً لتاريخها وموقعها ، أصبحت اللغة العربية والدراسات الشرق أوسطية جزءاً مهما مما تقدمه الجامعة.

وتقدم الجامعة الأمريكية بالقاهرة برامج تؤهل للحصول علي الدرجة الجامعية الأولي وأيضاً علي درجة الماجستير في الآداب والعلوم وفي بعض المجالات المهنية بخاصة مجالات الأعمال ، الإدارة العامة ، علوم الحاسب ، الهندسة ، الإعلام · وتقدم الجامعة برامج للطلاب أثناء الدراسة الجامعية تتحرك فيها فلسفة التعليم الحر الذي يتعرض الطالب بمقتضاه لمدي واسع من الموضوعات في الآداب والعلوم ويتم تشجيعهم آنذاك علي التعليم والتفكير المستقبلي ، وعلي اختيار برامج الدراسة والمشاركة في أنشطة أوسع من الأنشطة المنهجية ·

وهناك مركزان للأبحاث - كما ذكرنا سابقاً - يعملان بمثابة جامعة خارجية في المناطق الريفية والحضرية والصحراوية ، ويهتمان بالبحث في الموضوعات المتعلقة بمصر "مركز البحوث الاجتماعية" ، و "مركز تطوير الصحراء" والبرامج البحثية الأخرى تساعد علي تدعيم المعارف الأساسية وفي تناول المشكلات المتعلقة بالتنمية المحلية والقومية والإقليمية، وهناك قسم كبير من البرامج الإضافية يكمل البرامج المؤهلة للحصول علي الدرجة الجامعية ، هذا القسم موجه للكبار والتعليم المستمر وهو يقدم مقررات في اللغة العربية والإنجليزية وفي الأعمال ومهارات السكرتارية وعلوم الكمبيوتر ، هذا القسم يخدم المجتمع المصري والمجتمع الإقليمي بوجه عام حيث يقوم بإعداد الأفراد لتولي أدوار أكثر أهمية في تنمية مجتمعهم ·

تقوم الجامعة الأمريكية أيضاً بتوفير برامج أثناء الخدمة لموظفي الوزارات المختلفة وشركات القطاعين العام والخاص في مصر وبقية أنحاء الشرق الأوسط ، ويدور محتوي هذه البرامج حول الإدارة التنفيذية ، البرامج التدريبية في اللغة الإنجليزية ، الهندسة ، الصناعة ، التجارة.

وتتبني الجامعة الأمريكية أسلوباً انتقائياً في قبولها وفي توجيه أنشطتها ، كما يتم اختيار برامج الخدمات والبحث والتدريس بحيث تكمل نظيراتها في الجامعات المصرية بدلاً من أن تتطابق معها ، كما أنها تحاول إحداث التكامل بين مختلف العلوم ، ونسبة التسجيل في الجامعة شبه محدودة وذلك للحفاظ علي توفير بيئة تعليمية تشجع علي التفاعل بين الطالب - وأعضاء هيئة التدريس ، وعلي بذل الجهد الشخصي وتحقيق التفاهم · ونتيجة للاتصال المتواصل بين مصر والولايات المتحدة الأمريكية لمدة تزيد علي الستين عاماً ، فقد حرصت الجامعة علي أن تكون جسراً للتفاهم بين الشعوب في مصر والعالم العربي والولايات المتحدة الأمريكية ، والغالبية العظمي من الطلاب مصريون ، هناك أعداد من دول الشرق الأوسط ، والولايات المتحدة الأمريكية ، ونسبة متزايدة من الطلاب الأفارقة ، ما يقرب من نصف عدد أعضاء هيئة التدريس من المصريين ، النصف الآخر يشمل أمريكيين ، أوروبيين ، آسيويين ، ومواطنين من دول الشرق الأوسط ، النمو والتنوع في الهيكل الطلابي وفي هيكل أعضاء

هيئة التدريس في السنوات الأخيرة أضاف علي الجامعة الأمريكية المزيـد مـن الشخصـية الدولية.

رسالة الجامعة :

تتمثل رسالة الجامعة الأمريكية بالقاهرة في تقديم فرص تعليمية رفيعة الجودة للطلاب من جميع أقسام المجتمع المصري وغيره من البلدان الأخري وأيضاً الإسـهام فـي الحيـاة الفكرية والثقافية المصرية · تقدم الجامعـة بـرامج فـي مسـتويات الطـلاب والخـريجين والمتخصصين وأيضاً برنامج مكثف في التعليم المستمر ، واللغة المستخدمة في التعليم هـي اللغة الإنجليزية وتقدم الجامعة التعليم المستمر ، والتعليم المهني والفنون العقلية الأمريكيـة ، وحرية التعليم والتعبير الأكاديمي أمر ضروري لدعم هذا الجهد ولذا تشجع الجامعة الأمريكية علي حرية تبادل الأفكار ، كما تتيح فرص التفاعل المفتوح والمستمر مع المؤسسات البحثيـة في مصر وباقي أنحاء العالم · والسعي وراء التميز هو محور رسالة الجامعـة الأمريكيـة ، يضاف إلي ذلك الحرص علي تقديم (وتحقيق) الإنجاز الأكاديمي رفيـع المسـتوي وتنميـة السلوكيات المهنية والأخلاقية للجامعة ومن أجل تحقيق هذه الغاية تقدم الجامعة مدي واسـعاً من الفروع العملية وفرص التعليم في محاولة للإضافة لمخزون المعرفة الإنسانية.

وبيئة الجامعة مصممة بحيث توفر استخداماً نافعاً لأدوات التعلم بالإضافة لتنمية القدرة التحليلية لدي الطالب والمهارات الشخصية واللغوية لديه · ومن خلال ما تقدمه الجامعة مـن برامج تعليم الكبار ، والتعليم المستمر ، توفر فرصاً تعليمية لدعم المهن والمهارات الوظيفية للطلاب من غير حملة المؤهلات non-degree student · والجامعة الأمريكيـة بالقـاهرة تعتبر أنه من الضروري دعم تقدير الطلاب لميراثهم الثقافي الخاص وأيضاً دعم مسـئولياتهم تجاه المجتمع · وهدف الجامعة من الترويج للتفاهم العالمي هدف تدعمـه الوسـائل البحثيـة والمقررات العلمية ، وبيئة الحرم الجامعي متعددة الثقافات ، ولإحراز تقـدم الرسـالة التـي تؤديها ، تسعي الجامعة للاحتفاظ بأعضاء هيئة تدريس علي أعلـي مسـتوي مـن التأهيـل وينصب التركيز علي التميز في التدريس ، وأيضاً علي التميز في مجالات الأبحاث العلمية ، والعمل الإبداعي ، والإسهامات الفكرية التي يقـدمها أعضـاء هيئـة التـدريس لمجـالات

تخصصاتهم ومن أهداف الجامعة أيضاً تحقيق الانتفاع الأمثـل مـن التكنولوجيـا التعليميـة والموارد الأخري.

الاعتماد الاكاديمى للجامعة:

الجامعة الأمريكية بالقاهرة معتمدة من قبل رابطة التعليم العـالي لكليـات ومـدارس الولايات الوسطى بالولايات المتحدة. كما تعمل الجامعة الأمريكية في مصر وفقا لبروتوكول الحكومة المصرية لعام ١٩٧٥ والذي يستند على اتفاق العلاقات الثقافية بين مصر وحكومات الولايات المتحدة لعام ١٩٦٢. بالإضافة إلى ذلك، تعتمد بـرامج الجامعـة للحاسـب الآلـي والهندسة الوحيدة خارج الولايات المتحدة المعتمدة من قبل مجلسي الاعتماد لعلـوم الحاسـب الآلي وعلوم الهندسة والتكنولوجيا وأيضا تعد كلية الإدارة بالجامعة أول كليـة يـتم اعتمـاد برامجها في مصر وشمال أفريقيا من قبل جمعية تحسين كليات الإدارة الدولية، والتي تشـكل أعلى مقاييس الجودة بالنسبة لكليات الإدارة. الجدير بالذكر أنه يوجد ٥٤٠ كلية فقط خـارج الولايات المتحدة معتمدة من هذه الهيئة من بين ٤٥،٠٠٠ من كليات الإدارة الموجودة بالعالم. وقد حصلت الجامعة الامريكية بالقاهرة في ٢٨ابريل عام ٢٠١١م على شهادة الاعتماد مـن قبل الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد (NAQAAE) ، التي أنشـأتها الحكومـة المصرية عام ٢٠٠٧ م بهدف تعزيز مبادئ الجودة لدى جميع المؤسسات التعليمية في مصر. و بحصولها على هذا الاعتماد، تصبح الجامعة الأمريكية بالقاهرة أول جامعة في مصر تكمل بنجاح عملية الاعتماد من قبل الهيئة القومية لضمان جودة التعليم.

القبول Admissions :

تتلقي الجامعة الأمريكية طلبات الالتحاق للمرحلة الجامعية للطلبة الدارسين في مصر مرة واحدة كل عام بعد ظهور نتائج الثانوية العامة · ويجوز للطلاب الذين استكملوا ١١ عاما في نظام التعليم الدولي واستوفوا المتطلبات الرئيسية للقبول بالجامعـة الأمريكيـة بالتقديـم للالتحاق بالجامعة بعد استكمال الآتي:

- شهادة إتمام الدبلومة الأمريكية
- إتمام ثماني مواد من شهادة IGCSE / GCSE / GCE

- إتمام الشهادات الأجنبية الأخرى (Abitur، IB، الفرنسية، ......).
- على أن يكون المتقدمين قد أتموا ست سنوات دراسية بعد الشهادة الابتدائية، أو ثلاث سنوات بعد الإعدادية.
- في حالة انتقال الطالب إلى النظام الدولي بعد الشهادة الابتدائية أو الإعدادية، ينبغي أيضاً توافر القاعدة الثانية.

قواعد قبول طلاب المرحلة الجامعية :

ويقتضي قبول طلبات الالتحاق بالدراسة الجامعية الحصول علي درجات أكاديمية جيدة في التعليم الثانوي ، أيضاً إجادة اللغة الإنجليزية ، وجودة الحالة الصحية ، إضافة لذلك قد يطلب من هؤلاء المتقدمين اجتياز اختبارات الذكاء والتحصيل ويعتمد القبول علي أفضلية المستوي الأكاديمي للفرد وأيضاً علي عدد الطلاب الذين يمكن قبولهم · وأولوية القبول تكون من نصيب المتقدمين الحاصلين علي أعلي الدرجات مع الأخذ في الاعتبار بمتوسطات شهادة الثانوية العامة وامتحان القبول الذي تجريه الجامعة ، وتقدم الجامعة تسهيلات خاصة لعدد صغير من الطلاب المؤهلين الذين إما يكونون أبناء لخريجي الجامعة أو لأعضاء هيئة التدريس وفريق العمل أو الذين يحرزون تفوقات رياضية أو ثقافية خاصة · ويجب علي المتقدمين اجتياز اختبار الجامعة الأمريكية في اللغة الإنجليزية أو اجتياز اختبار التويفل Toefel ، ونتيجة هذا الاختبار تحدد ما إذا كان الطالب سيلحق بالفصل التمهيدي أو يأخذ مقاعد الفرقة الأولي ·

الإقامة Residence :

الحصول علي درجة الليسانس أو البكالوريوس يتطلب أن يحصل الطالب علي ٤٥ ساعة معتمدة علي الأقل من المقررات الدراسية مقيماً في الجامعة الأمريكية بالقاهرة ، يخصص ٣٠ ساعة علي الأقل من هذه الساعات لمقررات المستويات (٣٠٠ ، ٤٠٠) ، والحد الأقصي لعدد الساعات الانتقالية هو ١٥ ساعة معتمدة في مقررات المستوي (٣٠٠ ، ٤٠٠) لكل برنامج دراسي ويمكن السماح بإتمامه في أي فصل من الفصول الصيفية.

التخرج Graduation :

الحصول علي درجة الليسانس تستوجب أن يكمل الطالب علي الأقل ١٢٠ ساعة بحد أدني (١٢٦ ساعة بالنسبة لإدارة الأعمال) من المقررات الدراسية بتقدير D علي الأقل أو أعلي ، كما يجب أن يكون متوسط التقديرات C علي الأقل ، وذلك بالنسبة للمقررات جميعاً أو بالنسبة لمجال التركيز . هذه المتطلبات يجب أن يتم إكمالها للحصول علي درجة بكالوريوس العلوم الذي يستوجب أن يتم الطالب ما بين ١٣٠ ، ١٦٢ ساعة معتمدة ، بناء علي المجال الرئيسي Major بشرط الحصول علي تقدير D علي الأقل في المقررات إجمالاً أو بالنسبة لمجال التركيز.

المناهج التأسيسية Core Curriculum :

اتساقاً مع التزام المؤسسة بتعليم الفنون العقلية ، يقوم المنهج التأسيسي بإرساء دعامة التعليم العام في العلوم الاجتماعية ، العلوم الإنسانية ، كما يقوم هذا المنهج بتعريف الطلاب بالأدب العربي ، وبالتاريخ والمجتمع العربي أيضاً وذلك تطبيقاً لمبادئ الشخصية ثنائية الثقافة التي تتسم بها الجامعة إضافة لذلك يسعي المنهج التأسيسي إلي إكمال التدريب الذي تقوم به المدرسة الثانوية في مجال إعداد الطالب للالتحاق بالجامعة عن طريق تزويد الطالب بالمهارات التحليلية والدراسية واللغوية اللازمة للعمل الجامعي . ويتدرج التعليم في هذا المنهج ما بين جلسات السيمنار الصغيرة والمحاضرات المنتظمة ويتلقي الطلاب أيضاً المشورة والإرشاد والتقييم بشكل فردي ، ويجري تقييماً نهائياً لعملهم في كل مقرر ، بعض المقررات يمنح فيها التقدير بالأحرف ، في حين أن البعض الآخر يقيم علي أساس النجاح أو الرسوب والطلاب الذين يحصلون علي تقدير ضعيف في أحد المقررات يطلب منهم إعادة المقرر مرة أخري.

التخصصات الأساسية Major :

تقدم الجامعة الأمريكية مقررات للدراسة تؤدي للحصول علي درجة الليسانس والبكالوريوس في مختلف المجالات الأكاديمية في الآداب والعلوم . يجب أن يقوم طلاب المرحلة الجامعية بانتقاء المجال الأساسي "Major" ، كما يجب أن يفي الطالب بمتطلبات القسم الذي يقدم الدرجة العلمية .

التخصصات الفرعية Minors :

بالإضافة للمواد الأساسية التي تؤدي إلي الحصول علي الدرجة الجامعية ، ينبغي علي الطلاب انتقاء مجال فرعي للتخصص · البرنامج الفرعي متاح للطلاب الذين يرغبون في دراسة مادة معينة تتعلق بالمقررات التقدمية ولكنها لا ترقي لمستوي الخبرة المطلوب في المقرر الأساسي ، المقرر الفرعي الذي يدرسه طالب المرحلة الجامعية يكون بمثابة مقدمة تعرف الطالب بمدي ومنهاجية المجال الفرعي ، وعادة ما يشكل هذا جانباً مساعداً للتخصص الرئيسي ويتم تشجيع الطلاب علي الالتحاق بالتخصصات الفرعية التي توسع من مجال معارفهم بالجامعة الأمريكية والتي تزيد من التداخلات العلمية لبرامج المرحلة الجامعية ·· والطلاب الذين يرغبون في الالتحاق بالتخصصات الفرعية في مجال معين يجب أن يكملوا متطلبات القسم أو الوحدة التي تقدم برامج هذا التخصص مع الأخذ في الاعتبار أنه يتم تجاوز الحد الأدني من الساعات المعتمدة المطلوبة للتخرج ، وإنجاز الحد الفرعي يتطلب الحصول علي ١٥ ساعة علي الأقل من التخصص في كل مجال من المجالات الفرعية.

التخصص المزدوج Double Majors :

قد يحصل الطالب علي تخصصين في مجالين متصلين أو غير متصلين ويصل فيهما إلي درجة البكالوريوس في هذه الحالة يتم تطبيق القواعد التالية :

- يجب أن يتم القبول في التخصص الثاني قبل الفصل الأخير من السنة الثالثة ، ويتم القبول علي نفس الأسس التي يتم عليها القبول في التخصص الأساسي الأول ·
- يجب علي جميع الطلاب استيفاء متطلبات كلا التخصصين · إلا إذا كانت المتطلبات تشمل مقررات معينة متماثلة في هذه الحالة تحسب هذه المقررات للتخصصين ·
- يجب أن يكون للطلاب عضو هيئة تدريس مشرف لكل تخصص · يتقابل الطلاب والمشرفون لتخطيط البرنامج الأكاديمي الذي سيجتازونه · وكل مشرف من المشرفين يجب أن يوقع علي استمارة التسجيل الخاصة بالطالب.
- يحصل الطالب علي درجة علمية واحدة بعد إتمام الدراسة في كلا التخصصين · وإذا كان أحد التخصصين يؤهل للحصول علي درجة البكالوريوس والآخر يؤهل للحصول علي درجة الليسانس ، يستشير الطالب مشرفه أيهما يختار.

- عند التفكير في تحديد تخصصين يجب علي الطالب أن يعي أن إكمال الدراسة في هذين التخصصين قد يستغرق ما يزيد عن الأربع سنوات ذلك أنه قد يصعب الجمع بين محاضرات ومتطلبات تخصصين كما أن بعض الأقسام خاصة تلك التي تقبل عدداً محدودواً من المسجلين قد لا تقبل تسجيل الطالب لتخصص ثاني فيها

المواظبة Class Attendance :

الحضور والمشاركة في الفصل الدراسي والمعامل من أهم ضروريات العملية التعليمية بحيث يستفيد الطالب من المحاضرات والمناقشات مع أساتذته وزملاءه ، فلو فشلوا في الحضور ، سيفشلون في كسب فرصة تعليمية متميزة ، ولهذا السبب يطلب من الطلاب الحضور بانتظام في المحاضرات وليس هناك أي نظام يسمح بالغياب حيث يقرر المعلم في كل فصل دراسي مدي تأثير الغياب علي درجات الطلاب وتتضمن الإرشادات العامة بهذا الخصوص ما يلي :

أ- أي غياب سيؤثر سلبياً علي درجات الطلاب.

ب- لم يقوم أستاذ المادة بإعطاء أي واجبات بديلة أو امتحانات أخري للطلاب الغائبين.

ج- في حالة غياب الطلاب أكثر من ثلاثة أسابيع أثناء الفصل الدراسي لأي سبب من الأسباب يقوم المعلم بـــ :

- رسوب الطالب في هذا المقرر الذي يقوم بتدريسه .
- يطلب المعلم من الطالب أن يحذف هذا المقرر .
- في حالة غياب الطالب بعذر أو لحالة مرضية يحصل الطالب علي درجة (I) أي عمل غير مكتمل ويسمح له باستكمال هذا العمل في نهاية أول شهر من الفصل الدراسي التالي.

العبء الأكاديمي Academic Load :

يتراوح العبء الأكاديمي الكامل بين ١٢ - ١٦ أو ١٨ ساعة معتمدة في الأسبوع تبدأ بـــ ١٢ ساعة وترتفع بارتفاع المعدل الفصلي الذي يحددها أو التخصص وذلك في الفصلين

الدراسيين الأول والثاني ، أما ساعات الفصل الصيفي فهي ٦ ساعات ، قد ترتفع إلي ٧ ساعات وقد ترتفع عن ذلك حسب التخصص والمعدل وغيره ، هناك نظام تسجيل جزئي Part - Time لأسباب عديدة ، وتشجع الجامعة طلابها علي حمل العبء الكامل ليبذلوا طاقاتهم في العمل الجامعي وليحققوا الاستفادة الكاملة من حياتهم الجامعية ، إلا أن أصحاب الظروف الخاصة التي تحول دون ذلك وتقدرها الجامعة فيسجلون من ٦ إلي ٩ ساعات.

الانسحاب من الجامعة Withdrawal from the University :

يجوز أن ينسحب الطلاب غير القادرين علي استكمال الفصل الدراسي بسبب المرض أو حالة طارئة وذلك بعد موافقة المرشد الأكاديمي وأخذ رأي أستاذ المقرر الذي يريد الطالب الانسحاب منه ، هذا بالإضافة إلي موافقة مكتب التسجيل وحصول الطالب علي موافقة الرؤساء · وتسجيل المقرر في سجل الطالب الأكاديمي ، ويرصد (منسحب) إما بحصوله علي (WS) وتعني أن عمل الطالب الأكاديمي وقت انسحابه مرضي ومقنع أو بحصوله علي (WU) وتعني أن عمل الطالب غير مُرضي وقت انسحابه حيث لم يعطي الطالب أي اعتماد أكاديمي للبرامج الدراسية التي انسحب منها · ومن حق الطالب الذي انسحب من الجامعة ويتمني الرجوع إليها مرة أخري ذلك بعد تطبيعه لمعايير القبول مرة أخري أو ما يسمي بإعادة القبول Readmission.

التقييم والتقديرات Grades :

يقيم عمل الطالب في أي مقرر خلال الفصل الدراسي بالاختبارات Examination والاختبارات المفاجئة Quizzes والتقارير Reports والمناقشات Discussions أو أي أشياء أخري تعين علي تقييم الطالب وتساعده علي فهم المقرر ويشمل الاختبار النهائي ما درس خلال الفصل الدراسي ، ولا يزيد علي ساعتين ·

ويحصل به الطالب علي جزء من الدرجة الكلية للمقرر وللأعمال الفصلية جزء آخر من الدرجة الثلث للاختبار النهائي والثلثين للأعمال الفصلية في الجامعة الأمريكية بالقاهرة وفي المستويات العليا هناك مشروع أو أبحاث ·· وبالتالي يقيم الطالب من قبل أستاذ المقرر

من خلال الحضور والمناقشة والمشاركة وسائر الأعمال خلال الفصل الدراسي بالإضافة للاختبار النهائي ، وبالتالي فالأستاذ المسئولية الكاملة في المقرر والاختبارات والتقييم والنتيجة ورصدها ، التي تعتمد بعد ذلك من رئيس القسم وعميد القبول والتسجيل ويحصل عليها الطالب في نهاية الفصل الدراسي ولا تتغير وتتراوح التقديرات أو المعدل الفصلي بين الرتب من A إلي F .

الإدارة ومجلس الأمناء Governance & The Board of Trustees :

تتم إدارة الجامعة عن طريق مجلس الأمناء الذي يتجدد من تلقاء ذاته والذي يتكون حالياً من ٨ ٣ عضو يحتلون مختلف المجالات ، ورئيس الجامعة الأمريكية بالقاهرة كان أيضاً عضواً سابقاً في المجلس . بالإضافة لذلك هناك واحد وعشرون شخصاً يعملون كأمناء استشاريين العديد منهم تولي الخدمة في المجلس في السنوات السابقة .و يجتمع المجلس ثلاث مرات سنوياً . ويتم عقد اجتماعي مايو ونوفمبر في نيويورك أما اجتماع فبراير فيعقد في الحرم الجامعي بالقاهرة . يتيح اجتماع القاهرة لأعضاء المجلس فرصة متابعة التطورات أولاً بأول وأيضاً فرصة مقابلة أعضاء هيئة التدريس ، الطلاب ، فريق العمل .ويراجع مجلس الأمناء السياسات الرئيسية ، ميزانية الجامعة ، التسهيلات الأساسية ، وخطط برنامج التنمية ، ويوافق عليها . كما يحدد المجلس نسب التدريس السنوية ، ويساعد القيادة في زيادة الدعم المالي للجامعة . وتدار الجامعة بواسطة رئيس الجامعة الذي يختاره مجلس الأمناء والذي يعمل تحت إشراف المجلس.

مكتبة الجامعة الأمريكية Main Library :

مهمة مكتبة الجامعة الأمريكية هي دعم الحاجات البحثية بمجتمع الجامعة . حيث تزود الجامعة بواحدة من أكبر مجموعات البحث باللغة الإنجليزية في مصر . باستخدام نظام التصنيف المتبع في مكتبة تضم مكتبة الجامعة أكبر مجموعة كتب بحثية باللغة الإنجليزية في مصر، حيث تضم أكثر من ٤٠٠،٠٠٠ من المصادر الأكاديمية من ضمنهم الآلاف من الكتب الإلكترونية وأكثر من ١،٧٠٠ من الإصدارات الدورية الحالية، ذلك بالإضافة إلى أكثر من ٨٠ من قواعد البيانات التي تمكن الوصول إلى ٦٠،٠٠٠ من الإصدارات الأكاديمية الإضافية،

وبإمكان أعضاء هيئة التدريس والطلاب الدخول إلي قواعد البيانات والمعلومـــات الخاصـــة بالمؤلفات والخدمات سواء في المكتبة أو في الحرم الجامعي أو من المنزل · والمكتبة عضو في جمعية المكتبات البحثية Research Library Group · فمن خــلال اســتخدام الـــــ Ariel تم تعزيز سرعة استدعاء الوثائق من الخارج وتقدم المكتبة مســاعدتها فــي جميــع المجالات للطلاب ، أعضاء هيئة التدريس ، فريق العمل ، الزائرين ·

كليات الدراسة بالجامعة الأمريكية بالقاهرة :

تقوم الجامعة من خلال الست كليات الرئيسية بتوفير ٣٠ تخصصا لمرحلة البكالوريوس و ١٥ برنامجاً للدراسات العليا، وتخدم ما يقرب من ٥،٥٠٠ طالبا و تنقســم كليــات الجامعــة الأمريكية حالياً الى:–

١- كلية إدارة الأعمال School of Business

تركز كلية إدارة الأعمال المعروفة بالجودة العالية على البرامج المهنية، وقد تم تأسيسها على أسس أكاديمية متميزة حيث توفر للطلاب المعلومات اللازمة عن الحياة العملية وتساعدهم على تكوين رؤية شخصية للحياة المهنية.

٢- كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية School of Humanities and Social Sciences

تساعد كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية على تعزيز قدرة الطلاب على تحليل الآراء والإفتراضات، كما تساعدهم على معرفة الخلفيات التاريخية للأمور والأحداث، وعل أن يكونوا أكثر انفتاحا على كل ما هو جديد، تهدف الكلية إلى تنمية القدرة على التفكير النقدي وحل المشكلات بأسلوب إبداعي، حيث يعمل أعضاء هيئة التدريس بكلية العلوم الإنسانية والإجتماعية على تشجيع الطلاب على التفكير الخلاق دون فرض أرائهم وأفكارهم الشخصية، وهو ما يعد أمرا هاما للغاية في عالمنا المتغير .

٣- كلية الشئون الدولية والسياسات العامة **School of Global Affairs and Public Policy**

تعمل كلية الشئــون الدوليــة السياسات العامة على تــدريب الطــلاب على إتخــاذ المبادرة في تشكيل مستقبل بلادهم والعالم، كما تركز على سبل التفاعل فــي الشئــون الدوليــة والعامــة وتدعيم الالتزام بالمبادئ والقانون. بالإضافة إلى ذلك، تلقي الدراسة الضوء على الدور الفريد الذي تلعبه وسائل الإعلام في تشكيل السياسات العامة.

٤- كلية العلوم والهندسة School of Sciences and Engineering

توفر الكلية المعرفة الأساسية في مجالات العلوم والهندسة بما تشتمل عليه برامجها من أسس رئيسية وتجارب وبراهين ونظريات علمية وطرق للمعرفة. تنمي الكلية شعور المسئولية عند الطلاب تجاه المجتمع وتعدهم لمستقبل مهني ناجح. بالإضافة إلى ذلك، توفر الكلية أدوات التعليم الفعالة والبيئة اللازمة التي تمكن الطلاب من تطوير قدراتهم على التفكير وتساعدهم على تنمية مهارات التواصل وحل المشاكل.

٥- كلية التعليم المستمر School of Continuing Education

توفر كلية التعليم المستمر فرص تعليمية عالية الجودة للمتعلمين من جميع الأعمار، تشمل الكلية كلاً من برامج اللغة العربية واللغة الإنجليزية والترجمة والدراسات الإدارية والحاسب الآلي والتعليم وغيرها من البرامج المتميزة، كما توفر الكلية برامج متخصصة وفقا للإحتياجات والجداول الزمنية للأفراد والمنظمات. تقدم كلية التعليم المستمر برامجها للمنظمات الدولية والمؤسسات التجارية العالمية والمنظمات الحكومية وغير الحكومية وغير الهادفة للربح في مصر وخارجها.

٦- كلية التربية للدراسات العليا Graduate School of Education

تسعى كلية التربية للدراسات العليا إلى مواجهة التحديات التي تعوق مسيرة التعليم في مصر والمنطقة، وذلك من خلال المساهمة في النهوض بالعملية التعليمية، وتوفر الكلية التعليم النظري والعملي اللازم لتطوير كادر المعلمين من أجل النهوض بنظام التعليم في مصر،

نموذج كلية التربية للدراسات العليا Graduate School of Education

أنشأت الجامعة الأمريكية بالقاهرة كلية التربية للدراسات العليا لتنمية المعلمين والإداريين وصانعي السياسات في مجال التعليم بهدف تطوير التعليم في مصر والمنطقة وتسهم كلية التربية للدراسات العليا في نهضة التعليم من خلال تقديم المساعدات النظرية والعملية والتقنية من أجل بناء كوادر متميزة في مجال التعليم، وقد تم الاعتراف رسمياً بالكلية من قبل المجلس الأعلى المصري للجامعات التابع لوزارة التعليم العالي في سبتمبر ٢٠٠٩وتتيح كلية التربية للدراسات العليا فرص التطوير المهني للمدرسين والإداريين في

مجال التعليم من خلال تقديم شهادة الماجستير، كما تعمل الكلية بمثابة مصدر للبحوث التربوية وتحليل السياسات والمساعدة التقنية وبجانب شهادة الماجستير، تقدم الكلية العديد من الشهادات (خارج نظام الساعات الدراسية) كما تشمل الكلية معهد الشرق الأوسط للتعليم العالي الذي يوفر البحوث والمساعدة التقنية والتطوير المهني في مجال التعليم العالي، والذي سيبدأ عملة بشكل كامل في عام ٢٠١١.

وتشمل الكلية الجديدة على شهادات المعلم المهني المحترف والتي تمنح دبلوماً في خمسة مجالات وهي، القيادة التربوية، و مرحلة التعليم المبكر، وتعليم الدارسين ذوى الاحتياجات المتنوعة، والتكنولوجيا المتكاملة لمعلمى الفصل، والتدريس لغيرالتربويين. وإدراكاً للتغيرات العميقة في الأدوار، والوظائف، والمهام التي تشغل بال الأسر والأباء وتؤثر فيهم، فإن الكلية الجديدة ستعطي برامج للأباء لتلبية احتياجاتهم بشأن الطريقة المثلى لتعليم وتنشئة أطفالهم. وتشمل هذه الدورات مرحلة التعليم المبكر ومرحلة تعليم المراهقين و ذوي الاحتياجات المتنوعة.

أولاً: دبلوم المعلم المحترف في القيادة التربوية :

يركز دبلوم المعلم المحترف في القيادة التربوية على إعداد نظار ومديري المدارس في مرحلة الطفولة المبكرة أو الالزامية أو الثانوية وتشمل المقررات في هذا الدبلوم ما يلى:

- أصول القيادة التربوية .
- القيادة التربوية وإدارة المدرسة.
- المنهج والقيادة التعليمية .
- الإرشاد والتقييم والتقويم للقادة التربويين.
- الشراكة بين المدرسة والاسرة والمجتمع.
- مقدمة في التكنولوجيا للقادة التربويين .
- التدريب والممارسة العملية للقادة التربويين.

ثانياً: دبلوم المعلم المحترف في التكنولوجيا المتكاملة لمعلمي الفصل:

يهدف دبلوم المعلم المحترف في التكنولوجيا المتكاملة لمعلمي الفصل الى تزويد معلمي الفصول الدراسية في جميع المراحل بالمعارف والمهارات والقيم في مجال تكنولوجيا

التعليم بحيث يمكنهم دمج معارفهم ومهاراتهم في ممارستهم اليومية داخل الفصول الدراسية، وتشمل مقررات هذا الدبلوم ما يلى :

- المفاهيم والعمليات في مجال التكنولوجيا .
- تخطيط وتصميم خبرات وبيئات التعلم.
- مناهج واستراتجيات التعليم .
- التقييم والتقويم فى صفوف التكنولوجيا .
- القضايا الانسانية والتشريعية والأخلاقية و الاجتماعية فى تكنولوجيا التعليم .
- الإنتاجية والممارسة المهنية .
- التطبيق العملى لتكنولوجيا التعليم .

ثالثاً: دبلوم المعلم المحترف في التدريس لغير التربويين :

يساعد دبلوم المعلم المحترف في التدريس لغير التربويين المشاركين في فهم وتعزيز تنمية مهارات التعلم لطلاب المدارس الإعدادية والثانوية في الفصول الدراسية وفى المنزل والمجتمع وتشمل مقررات هذا الدبلوم ما يلى :

- النمو فى مرحلة المراهقة لمعلمي الصف .
- أساسيات التدريس والتعلم .
- تقييم التعليم والتعلم في الفصل الدراسي .
- المدرسة والمجتمع .
- الموارد اللازمة لمعلمي الصف .
- التربية العملية .

رابعاً: دبلوم المعلم المحترف في مرحلة التعليم المبكر :

يهدف دبلوم المعلم المحترف في مرحلة التعليم المبكر الى مساعدة المشاركين في فهم وتعزيز تنمية مهارات القراءة والكتابة في سن مبكــر للأطفال الصغــار في الفصـــل الدراسى والمنزل، وداخل المجتمع. وتشمل مقررات هذا الدبلوم ما يلى :

- نمو الطفل في مرحلة التعليم المبكر .

- أساسيات التعلم والتدريس في المرحلة المبكرة.
- التقييم فى المرحلة المبكرة .
- اشراك الاسرة والمجتمع في مرحلة التعليم المبكر.
- الموارد والتكنولوجيا في مرحلة التعليم المبكر.
- التربية العملية .

خامساً: دبلوم المعلم المحترف في تدريس ذوى الاحتياجات المتنوعة :

تساعد دبلوم المعلم المحترف في تدريس ذوى الاحتياجات المتنوعة المتعلمين في فهم وتعزيزتنمية مهارات التعلم لدى المتعلمين من ذوى الاحتياجات المتنوعة في الفصل الدراسي و المنزل وداخل المجتمع وتشمل مقررات هذا الدبلوم ما يلى:

- المتعلمين ذوى الاحتياجات المتنوعة : النمو والفروق الفردية .
- أصول التعليم : تدريس المتعلمين ذوى الاحتياجات المتنوعة.
- تقييم التلاميذ ذوي الاحتياجات التعليمية المتنوعة.
- اللغة والاتصال للطلاب ذوى الاحتياجات المتنوعة: المنزل والمدرسة والمجتمع .
- الموارد للمتعلمين ذوى الاحتياجات المتنوعة.
- التدريب الميداني.

درجة ماجستير في التربية المقارنة والدولية:

تقدم كلية الدراسات العليا في التربية درجة الماجستير في التربية المقارنة والدوليـة. ويتطلب الحصول على درجة الماجستير دراسة مجموعة من المناهج الأساسية تركز علـى تطوير الأبحاث، ومهارات التقييم، وأسس التربية الاجتماعية والتعليم الدولي والمقـارن. وبالإضافة إلى هذه المتطلبات، يجب على الطلاب اختيار إحدى ثلاثة تخصصات للدراسة بها وهي: التعليم في مرحلة ما قبل الروضة حتى الصف١٢ ، أو القيادة التربوية ، أو سياسـة وتخطيط التعليم الدولي. بالإضافة إلى ذلك، يجب على جميع الطلاب القيام بعمل ميداني فـي مدرسة أو مؤسسة من أجل دمج النظرية والبحث في تجربة علـى أرض الواقـع وعلـى الطلاب أيضاً كتابة أطروحة أو عمل مشروع تطبيقي تحت الإشراف الأكاديمي.

متطلبات القبول

بالإضافة إلى متطلبات القبول العامة بالجامعة الأمريكية بالقاهرة لجميع برامج الماجستير ، يفضل أن يكون لدى المتقدمين للحصول على درجة الماجستير في التربية المقارنة والدولية خبرة في التعليم المدرسي أو القيادة التربوية قبل التقدم للبرنامج أوسيكتسبون هذه الخبرة بالتزامن مع البرنامج.

اللغة

يطلب من المتقدمين الذين ليسوا من الناطقين باللغة الإنجليزية الحصول على التوفل مع TWE كمطلب للدراسة في البرنامج.

العمل الميداني

الطلاب الذين يلتحقون بالبرنامج وليس لديهم خبرة مدرسية موثقة (إما مدرس أو مدير المدرسة) سيطلب منهم دراسة مقرر لمدة ٣ ساعات معتمدة وهو مقرر(التربية الميدانية)ويصبح إجمالي عدد المقررات في هذه الحالة ١١ / ٣٣ساعة معتمدة و طلاب الماجستير الذين لديهم خبرة موثقة في التدريس بالمداس أو خبرة في مجال القيادة التربوية فيدرسون ١٠/ ٣٣ ساعة معتمدة.

المقررات الاساسية

يمكن للطلاب اجتياز اختبارات محتوى في مقررات التنمية البشرية ، نظريات التعلم ، طرق التدريس، والتربية الميدانية بالاضافة الى إثنين من مقررات المحتوى المطلوبة ، والطلاب الذين يجتازون واحد أو أكثر من الاختبارات المشار اليها سابقاً سيتمكنوا من إكمال متطلبات الماجستير بالحصول على ٢٤ ساعة (٨ مقررات) وتتمثل المقررات الاساسية التي يدرسها جميع طلبة الماجستير فيما يلي:

- تمثل المقررات التالية مواد المحتوى الرئيسى المطلوبة من جميع الطلاب :

• ترب ٥٤١ – التنمية البشرية ونظريات التعلم لمعلمى الصف (٣ ساعات معتمدة)
قد يعفى المرشح من هذا المقرر إذا اجتازاختبار المحتوى

- ترب٥٥١ - أصول التربية الميدانية لمعلمى الصف (٣ ساعات معتمدة)
قد يعفي المرشح من هذا المقرر إذا اجتاز اختبار المحتوى
- ترب ٥٢١ - الاصول الاجتماعية للتربية (٣ ساعات معتمدة)
- ترب٥٣١ - مدخل إلى التربية المقارنة والدولية (٣ ساعات معتمدة)
- ومن المواد الاساسية التى تركز على المحتوى البحثى ما يلى :
- ترب٥١١ - أصول البحث التربوي (٣ ساعات معتمدة)
- ترب٥١٢ - مناهج البحث التربوى (٣ ساعات معتمدة)

متطلبات التركيز Concentration Requirements وتسير علي النحو التالي:
يختار الطالب واحد من التخصصات التالية : معلمى التعليم لمرحلة ما قبل الروضة – حتى الصف ١٢ ، القيادة التربوية ، أو تخطيط وسياسة التعليم الدولي:
أولاً مجال معلمي ما قبل الروضة حتى الصف ١٢: ويدرس فيه الطالب المقررات التالية:

- ترب ٥٦١ – مداخل المقارنة للتعلم والتدريس (٣ ساعات معتمدة) .
- ترب ٥٧١ – تحليل الخطاب الصفي للمتعلمين والمعلمين (٣ ساعات معتمدة).
- ترب ٥٨١ – قضايا في التربية المقارنة لمعلمي الصف(٣ ساعات معتمدة).
- ترب ٥٩٠ – أطروحة الماجستير (الرسالة) أو ما يعادلها .
- ترب ٥٩٥– التدريب الميدانى.

ثانياً: مجال القيادة التربوية :ويدرس فيه الطالب المقررات التالية:
- ترب٥٦٣ – مداخل المقارنة المناهج والتعليم (٣ ساعات معتمدة).
- ترب ٥٧٣– الإشراف التعليمي المبنى على المدرسة (٣ ساعات معتمدة).

- ترب ٥٨٣ – قضايا في التربية المقارنة للقادة التربويين (٣ ساعات معتمدة) .
- ترب ٥٩٠ – أطروحة الماجستير (الرسالة) أو ما يعادلها .
- ترب ٥٩٥– التدريب الميداني.

ثالثاً: مجال التخطيط وسياسة التعليم الدولي ويدرس فيه الطالب المقررات التالية: .

- ترب ٥٦٥ – التنمية والتعليم الدولي (٣ ساعات معتمدة).
- ترب ٥٧٥ – تحليل السياسة التربوية (٣ ساعات معتمدة).
- ترب ٥٨٥ – قضايا في التربية المقارنة لمخططي السياسة (٣ ساعات معتمدة).
- ترب ٥٩٠ – أطروحة الماجستير (الرسالة) أو ما يعادلها .
- ترب ٥٩٥– التدريب الميداني.

رابعا: الأطروحة :

للحصول على درجة الماجستير يطلب من كل طالب استكمال مشروع بحثي قد يكون أطروحة رسالة، وإجراء بحوث العمل، أو برنامج الامتياز والتدريب المهني أوما يعادلها من نشاط مهني و يتطلب كل مشروع ورقة عمل عن بعض جوانب التربية المقارنة و الدولية.

ويجب أن يكون المشروع تحت توجيه وإشراف وثيق من أعضاء هيئة التدريس ولجنة مشكلة خصيصاً لهذا الغرض ويصاحب ذلك تقديم ومناقشة لهذا العمل.

معهد الشرق الأوسط للتعليم العالي

يعتبر معهد الشرق الأوسط للتعليم العالي هو المكون الثالث للكلية بتركيزه على ثلاثة أبعاد هي: بناء القدرات المهنية والإدارية، بحوث التعليم العالي حيث يوفر البحوث والمساعدة التقنية والتطوير المهني في مجال التعليم العالي.

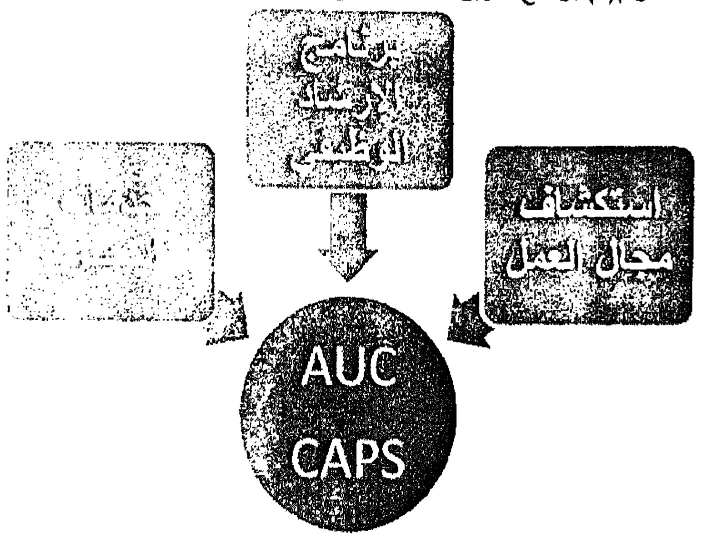
البرنامج التسويقي لمخرجات وخدمات
الجامعة الأمريكية بالقاهرة

يلتزم مكتب خدمات التوظيف واستشارات مجال العمل CAPS في الجامعة الأمريكية بالقاهرة بتقديم خدمات عالية الجودة للطلاب والخريجين وأصحاب العمل في مجالات التخطيط الوظيفي وفرص العمل من خلال برنامج مركزى شامل. ويعزز مكتب خدمات التوظيف واستشارات مجال العمل العلاقات التعاونية مع أعضاء هيئة التدريس ، وأرباب العمل والمجتمع المهنى ككل لتعزيز علاقة المنفعة المتبادلة بين الهيئات المكونة لدينا.

. ويتولى مكتب خدمات التوظيف واستشارات مجال العمل بالجامعة الأمريكية مسئولية تزويد الطلاب ، والخريجين ، وأصحاب العمل بأساليب التخطيط والتوظيف عن طريق برنامج شامل لمجالات العمل · ويقدم المكتب CAPS خدمات تعليمه للطلاب والخريجين في مجالات التخطيط والتنمية الوظيفية ، والبرامج المصممة فيه تنصب علي تحديد الأهداف من مجال عمل ما ، والاحتكاك بالتعليم التجريبي ، وفرص عمل للخريجين · ويدعم المكتب العلاقات التعاونية بين أعضاء هيئة التدريس ، وأصحاب العمل ، والمتخصصين بشكل عام ، وذلك لتدعيم الانتفاع المتبادل بين مختلف الأطراف ومكتب خدمات التوظيف واستشارات مجال العمل يدعم المساعي في مصر والشرق بخاصة نحو تطويع وتطوير الالتحاق المستقبلي بالوظيفة ·ويتبع المكتب مبادئ عمل صارمة تجعله يحافظ علي تقديم الفرص المتكافئة أثناء تقديمه لخدماته·

وتقوم الجامعة الأمريكية بالقاهرة بتقديم برنامج تسويقي لمخرجاتها وخدماتها عديدة يمكن توضيحها في الشكل التالى :

شكل رقم(٦) برنامج تسويق CAPS لمخرجات وخدمات الجامعة الأمريكية



١- برنامج الإرشاد الوظيفي Career Advising Program :

تم تصميم هذا البرنامج لدعم محاولات التخطيط لمجال العمل لدي طلاب الجامعة الأمريكية وخريجيها في المواضع الفردية والجماعية من خلال الخدمات التالية :

أ- الإرشاد الوظيفي الفردي Individual Career Advising :

القائمون علي الإرشاد الوظيفي قادرون علي تقديم المشورة للطلاب والخريجين في المسائل المتعلقة بمجال العمل ٠ يساعد هؤلاء المرشدون في تحديد الاختيارات الوظيفية المختلفة ويدعمون الطلاب في اختيار الوظائف التي تتلاءم مع مهاراتهم واهتماماتهم ٠ ويقدم المرشد الوظيفي المرافق Peer Career Advisor الدعم في مجالات التخطيط الوظيفي ، وإجراء المكاتبات والمقابلات ٠

ب- أدوات التقييم الذاتي Self - Assessment Tools :

مؤشر الأنماط لمايرز بريجز Myers Briggs Indic. واستبيان الاهتمامات القوية Strong Interest Inventory يتم تطبيقهما علي يد خبراء متخصصين لمساعدة الطلاب في

تكوين فهم أفضل عن أنماط شخصياتهم وعن اهتماماتهم ومهاراتهم بحيث يصبحون قـــادرين علي اتخاذ قرارات أفضل فيما يتعلق بمجالات العمل ·

جـ- ورش التطوير الوظيفي Career Development Workshop :

في كل فصل من الفصول الدراسية يقيم المركز CAPS سلسلة من ورش العمل التي تم تصميمها لتزويد الطلاب بمهارات البحث عن الوظيفة المطلوبة لتسويق مــؤهلاتهم لــدي أصحاب العمل · والموضوعات التي يتم مناقشتها تشمل البحث عن الوظيفة ، المقابلة الفعالة الطريق للدراسات العليا.

٢- استكشاف مجال العمل Career Exploration :

إن الحصول علي وظيفة مرضية يقتضي أن يتم تشجيع الطلاب علـــي البحـــث عـــن اهتماماتهم الوظيفية · واختيارات العمل المتاحة أمامهم ، والحصول علـــي معلومـــات عـــن أصحاب العمل ، إضافة لذلك يتم تشجيع الطلاب علي اكتساب الخبرة التي تكمـــل خلفيـــاتهم الأكاديمية ، ويتم ذلك عن طريق :

أ- مكتبة موارد مجالات العمل Career Resources Library :

مكتبة مجالات العمل الخاصة بالمركز CAPS تستضيف نوعية عريضة من الموارد المتعلقة بمجالات الأعمال والتوظيف وذلك بهدف دعم مساعي الطلاب في التخطيط لمجـــال العمل.

ب- سوق الوظائف Career Market :

في فترة الربيع يستضيف مركز برامج الإرشاد الوظيفي سوق الوظائف السنوية التي تتيح للطلاب مقابلة المتخصصين في مجالات متنوعة في موقع غيـــر رســـمي واستكشـــاف مجالات مختلفة عن الأعمال وفرص العمل المتاحة ·

جـ- برنامج فترة الامتياز الصيفي Summer Internship Program :

ينظم المركز برنامج امتياز لفترة محدودة في الصيف يستطيع الطـــلاب مـــن خلالـــه اكتساب خبرات قيمة في مجال العمل أثناء الإجازة الصيفية ، يتقدم الطلاب للالتحـــاق بهـــذا البرنامج في يوم محدد من أبريل سنوياً ، ويتم طبع كتيب لتقديم المعلومات حول برامج فترة الامتياز المتاحة ·

د- برنامج إلقاء الظل الوظيفي Job shadowing Program :

يساعد مركز الإرشاد الوظيفي علي استكشاف مجالات العمل في مرحلة مبكرة ، وهم لم يتجاوزوا السنة الجامعية الأولي · إلقاء الظل الوظيفي في مجال الأعمال في أحد مجـــالات اهتمامات الطلاب لمدة يوم أو يومين يسمح لهم بالتعرف علي الروتين اليومي·

هـ- مؤتمر التوظيف Career Conference: ينظم مركز الإرشاد الـــوظيفي مـــؤتمر التوظيف السنوي للطلاب سواء علي مستوى مرحلة البكالوريوس او الدراسات العليا لتسهيل انتقالهم إلى عالم العمل. كما يتيح المؤتمرفرصة التواصل للطلاب مع الشركات والمهنيـــين وتجهيزهم بالأدوات اللازمة للتخطيط المهنى وعملية البحث الوظيفى.

٣- خدمات التعيين Recruitment Services :

أثناء العام يقوم برنامج التعيين بتوفير قناة اتصال تفاعلية بين طلاب التخرج بالجامعة الأمريكية وخريجيها ، وبين أصحاب العمل الذين يسعون إلي الحصول علي خريجين مؤهلين تأهيلاً عالياً ويشمل برنامج خدمات التعيين ما يلي :

أ- معارض التوظيف Employment Fairs :

تستضيف الجامعة الأمريكية أصحاب الأعمال المحليين والإقليمين والدوليين في حدث تعييني غير رسمي يستمر لمدة يوم واحد ، ويتكرر ذلك مرتين كل عام وذلك لترويج التبادل المستمر للمعلومات التوظيفية بين ممثلي أصحاب الأعمـــال وطـــلاب الجامعـــة الأمريكيـــة والخريجين الذين يسعون إلي العمالة المتخصصة ، ويتم طبع كتيب يضم التفاصيل الخاصـــة بالشركات المشاركة والوظائف المتاحة ·

ب- إعلانات الوظائف Vacancy Announcements :

يقوم المكتب شهرياً بنشر لوحة الوظائف المفتوحـــة Job openings وهـــي قائمـــة لعرض الوظائف المتاحة التي يتم تبليغها للمكتب · المواقع الوظيفية يتم إعلانها أسبوعياً فـــي لوحات الإعلان الخاصة بمركز الإرشاد الوظيفي CAPS ·

جـــ- الخدمة المرجعية Referral Service :

يحتفظ المكتب ببنك بيانات مرجعي للطلاب والخريجين الذين ينخرطون فـــي عمليـــة البحث عن وظيفة · بنك المعلومات يتم الانتفاع به في الرجوع إلي صاحب العمـــل لتحديـــد المتقدمين الذين تتوافق مؤهلاتهم مع متطلبات الشركة ·

د- زيارة الشركات للحرم الجامعي On-Campus Corporate visits :

لتسهيل عملية التفاعل بين الطلاب ورجال الأعمال ، يقوم الـــــ CAPS بتنســيق وتنظيم زيارات متتابعة لأصحاب الشركات للحرم الجامعي والتي تتضمن مقابلات مع رجال الأعمال ، وسيمنارات مختلفة لدراسة الحالة ، وتقديم الشركة .

٢- نموذج تطبيقي لجامعة ولاية إلينوي Illinois University الأمريكية

يقوم مركز التوظيف (The Career Center (CC بجامعة ولاية إلينوي بتسويق الخريجين والمنتجات الجامعية وذلك من خلال التنمية الوظيفية لطلابه والاهتمام بمجالات العمل التي تهدف إلي تنمية المهارات والقدرات المختلفة للطلاب و يعتبر مركز التوظيف بمثابة المورد المركزي ذو القيمة العالية للطلاب ، والخريجين ، وأعضاء هيئة التدريس ، وعدد كبير من أرباب العمل للبحث عن مرشحين معدين إعدادا جيدا. ويساعد المركز الطلاب في استكشاف الفرص الوظيفية التي تتماشى مع مواهبهم ، و مصالحهم ، وأهدافهم. و تطوير مهاراتهم للبحث عن وظيفة بدوام كامل ، وكذلك التدريب / التعليم التعاوني و وظائف بدوام جزئى، وتتحدد رؤية المركز إتاحة الفرصة للطلاب وخريجى جامعة ولاية إلينوي في الوصول إلى فرص العمل الوظيفية وإتاحة الشراكات بين الجامعة والشركات التي تسهل عملية الاتصالات الوظيفية بين الطلاب وأعضاء هيئة التدريس والخريجين وأصحاب العمل.

ويقوم مركز التوظيف بتقديم مجموعة متنوعة من البرامج والخدمات للطلاب الحاليين والخريجين. حيث يقدم للطلاب الحاليين والخريجين فرص المساعدة في البحث عن وظيفة أو إجراء تغيير الوظيفي .

أولاً عملية التنمية الوظيفية للطلاب **Career Development Process** :

تبنت جامعة ولاية Illinois نموذجاً يقوم علي أربعة مراحل فــي برنــامج كفــاءات التنمية الوظيفية علي النحو التالي :

١- الوعي الوظيفي Career Awareness :

يساعد الطالب علي تفهم طبيعة العمل والمعارف الأساسية حول المجالات الوظيفية · الطلاب ويشارك في أنشطة مخططة للتنمية المهنية ويكون ذلك في سياق مجالات التعلم الأساسية ·

٢- الاستكشاف الوظيفي Career Exploration :

يساعد الطلاب علي اكتشاف اهتمامتهم وقدراتهم الفردية عن طريق استكشاف المجالات الوظيفية وتعلم كيفية الربط بين التعلم والعمل · كما يختبر الطلاب اهتمامتهم الوظيفية عن طريق أنشطة معينة مثل مقررات التوجه الوظيفي ، والرحلات الميدانية ، والظل الوظيفي ·

٣- التخطيط الوظيفي Career Planning :

يعد الطلاب لإعداد خطة وظيفية تحقق كل من أهدافهم التعليمية والتوظيفية · ويتم مراجعة وتحديث هذه الخطة بشكل مستمر وفقاً لتغير اهتمامات الطلاب وآمالهم وإنجازاتهم ·

٤- الإعداد للتخصص الوظيفي Career - Specific Preparation :

يدعو إلي التعليم الذي يجمع بين كل من العلوم الأكاديمية البحتة والمتصلة ، الاهتمام الوظيفي ، والتفكير الناقد ، والأخلاقيات ، والمهارات البين شخصسية ، وفرص اكتساب مهارات ومعارف التخصص الوظيفي · كما يصمم هذا التعلم حول العناقيد الوظيفية الذي يمكن الطالب من السعي وراء قطاع عريض من الوظائف ·

ومن الخدمات الحديثة التي يقدمها المركز للطلاب والخريجين :-

- التدريب والمساعدة في البحث عن وظيفة
- المعارض الوطيفية والأحداث
- المقابلات في الحرم الجامعي
- الإرشاد المهنى.

ثانياً : مراكز التوظيف بمثابة "مراكز تدريبية" **Tranning Centers** :

يعتبر التدريب والممارسة العملية جزء داخلي لا يتجزأ من البحث عن العمل والوظيفة.

إن مراكز التدريب والتوظيف بجامعة ولاية Illinois والتي يطلق عليها أيضاً مراكز التوظيف ، موكل إليها تقديم خدمات تدريب وتعليم تتسم بارتفاع مستوي الجودة ، والانبثاق عن العميل ، وأصحاب العمل · كما ينتظر من هذه المراكز أن تقدم الخدمات بأكثر الطرق الممكنة فاعلية وكفاءة وذلك عن طريق التكامل والتنسيق بين القائمين علي تقديم هذه الخدمات التعليمية والتدريبية بهدف تحقيق خدمة أفضل لمستهلك برامج التداخل في القوي العاملة · كما ينتظر من هذه المراكز أيضاً أن تقوم بدور أساسي وذلك لطلب وتوزيع المعلومات الوظيفية ومعلومات سوق العمل في مجالاتهم الخدمية.

ثالثاً : مجالات الاهتمام الوظيفي **Career Interest Areas** :

مجالات الاهتمام الوظيفي هي تجمعات ضخمة من الوظائف التي تماثل في خلفياتها ووظائفها الصناعية · مجالات الاهتمام الوظيفي تساعد التربويين علي الوصول بالطلاب إلي الوعي بالمدي الواسع من الوظائف الموجودة في سوق العمل عن طريق أنشطة تجريبية بينية تعزز مجالات التعلم الأساسية · هذه التجمعات تساعد علي تنظيم المناهج والأنشطة لضمان أن الطلاب يتعرضون لجميع الوظائف الموجودة في سوق العمل حالياً ·

ومجالات الاهتمام الوظيفية الستة بالجامعة هي :

١- الموارد الزراعية والطبيعية ·
٢- الفنون والاتصالات ·
٣- الخدمات العملية والإدارية ·
٤- الرعاية الصحية
٥- الخدمات الأسرية والإنسانية
٦- التكنولوجيا الهندسية والصناعية.

وسنعرض تفصيلياً لبعض هذه المجالات علي النحو التالي :

١- الموارد الزراعية والطبيعية :

أعمال الزراعة ، علوم الزراعة ، والموارد الطبيعية تشمل مشروعات مثل المزرعة ، الصوبات ، حدائق الفاكهة ، إنتاج المحاصيل ، الحضانات ، إنتاج النباتات أو الأشجار ، التنجيم وإنتاج البترول ·

- اهتمامات وقدرات هذا المجال :

الرغبة في العمل في الأماكن المفتوحة ، مهارات الاتصال اللفظي الواضحة ، القدرة علي إصدار أحكام صحيحة ، الإلمام بمعارف الرياضيات ، الأعمال ، العلوم ، مهارات

الحاسب ، الصبر في العمل مع الحيوانات ، الكفاءة الميكانيكية والقدرة علي العمل باستخدام الآلات ، مهارات الملاحظة والتنظيم ، القدرة علي العمل الفردي والعمل مع الآخرين ، القدرة علي القيادة ومهارات صنع القرار ، الاهتمام بمجالات الكيمياء، الأبحاث ، علوم الغذاء.

٢- الفنون والاتصالات :

الفنون والاتصالات أجزاء ضرورية في مجتمعنا الحديث · ويشترك الأفراد الذين يعملون في هذه الوظائف في المشاعر ، الأفكار ، المعلومات ، والتجديدات ·

- الاهتمامات والقدرات في هذا المجال :

القدرة علي المرونة والتفكير الابتكاري ، التمكن من مهارات الاتصال الشفوي والكتابي ، البراعة اليدوية والبدنية ، القدرة علي التماشي مع الآخرين والعمل كجزء من فريق ، تنظيم الأهداف والعمل بشكل استقلالي ، التمتع بالإدراك المكاني والجمالي ، التمتع بحس الإيقاع ، الاتزان في المواقف الاجتماعية أو في الأزمان ، القدرة علي التعبير عن الأفكار بسهولة ووضوح ، القدرة علي ترجمة الأفكار إلي واقع ·

٣- الخدمات العملية والإدارية :

كل قطاع من قطاعات الاقتصاد بدءاً من التنجيم ومروراً بالزراعة والبيع القطاعي والجملة ، يتطلب موظفين مكتبيين وخبراء تمويل وأعمال · ويشمل مجال الاهتمام الوظيفي علي تلك الوظائف التي تدعم تواصل المشروعات من الصناعات الأخرى ، وأيضاً المشروعات التي تتعلق بالأعمال ، خدمات الأعمال ، التمويل ، التأمين ، التقييم ، البيع بالجملة ، تجارة التجزئة ، تقع داخل نطاق هذا المجال.

اهتمامات وقدرات هذا المجال :

الميل للتعامل مع الكمبيوتر وآلات العمل الأخرى ، الميل للتعامل مع الأرقام ، كتابة الخطابات ، تسجيل الملفات ، أو إعداد التقارير ، تفضيل أداء العمل المفصل ، إعطاء المعلومات وتلقيها ، الاستمتاع بإلقاء الخطب ، المناقشة ، أو إقناع الآخرين ، الإجابة علي الاستفسارات أو مساعدة العملاء ، تفضيل التخطيط والأنشطة الموجهة للآخرين ، تفضيل العمل المنظم

النموذج الاسترالي

إن التغيرات التي تطرأ علي خدمات القطاع العام في جميع أنحاء العالم تحدث بهدف تحقيق نتائج مختلفة ، علي سبيل المثال اعتبار احتياجات المنتفعين (المستهلكين) محل الاهتمام الأساسي ، تحقيق التوازن بين الخدمة ، والجودة ، والتكلفة ، أيضاً تحقيق التوازن بين اختيار المنتفع ورضا المستهلك عن طريق آليات السوق ، فلقد أصبحت الجامعات في الآونة الأخيرة محل انتقاد متزايد باسترااليا ، في الوقت ذاته مع تزايد التركيز في استراليا علي مفهوم "مصروفات المنتفع" ، وزيادة التركيز علي جودة التدريس بالجامعات ، والتغيرات التي طرأت علي التمويل داخل النظام الجامعي باستراليا أدت إلي زيادة الوعي بقضايا الجودة ، وذلك لتزايد التنافس بين الجامعات وتزايد أهداف النشاط التسويقي نحو جذب نوعية أفضل من الطلاب · فتسويق مخرجات التعليم الجامعي باستراليا أصبحت الآن ضرورة ملحة في ظل ثورة إصلاح تعليمها العالي لعدة أسباب يمكن تلخيصها علي النحو التالي:

- إن جامعاتها الآن في منافسة مع بعضها البعض ، سواء بالنسبة للطلاب خارج البلاد أو داخلها.
- تسويق الخريجين أصبح نشاطاً جوهرياً لجذب أفضل نوعية من الطلاب.
- أصبحت المفاهيم التي ترجع أصلها في العالم التجاري مثل "قوي السوق" و "خدمة المستهلك" و "التركيز علي المستهلك" و "صداقة المستهلك" أصبحت تدريجياً مقبولة كمؤشرات للبيئة الجديدة التي تعمل فيها الجامعات الاسترالية.
- لمواجهة السوق هناك حاجة كبيرة لمرونة تصميم البرامج ، ومحتواه وطريقة توصيله ، ومعايير القبول.

ويقوم النموذج التسويقي باستراليا علي ضرورة التوجه نحو المستهلك وتحديد مجموعات المستهلكين ، وطبيعة المنتج ، ووضع ترتيبات للتعاون بين المستهلكين والمؤسسة الجامعية ، ولذلك تضمن النموذج التسويقي باستراليا ما يلي :

أ- تحديد فلسفة المنتج المسمي "بالتعليم العالي" ·

ب- تحديد المستهلك وضماناته ·

جـ- قياس مدركات الطلاب لجودة الخدمات الجامعية ·

د- قياس رضا المستهلك ·

هـ- باستخدام "نموذج الأسواق الستة" Six Markets Model لتسويق مخرجات التعليم الجامعي ·

أ- فلسفة المنتج المسمي "بالتعليم العالي" :

إن المنتج وعملية الإنتاج في الجامعة تظهر عدداً من الأسئلة تتطلب الإجابة عنها علي سبيل المثال : هل التعليم العالي سلعة استهلاكية أم سلعة استثمارية ؟ هل يؤدي التعليم العالي إلي إشباع فوري أم أن الفائدة المرجوة تظهر في وقت ما بعد التخرج ؟ من هو الذي يقوم فعلاً بتقديم المنتج ؟ هل المنتج هو ما يقدمه أعضاء هيئة التدريس من تعليم أم أن هناك إنتاجاً مشتركاً بما يعني أن مقدم الخدمة والمستهلك الذي يتلقي الخدمة يشتركان في المسئولية عن جودة وناتج الخدمة ؟ هل الطالب هو المنتج الذي يصنع في العملية التعليمية ؟ إن المنتج الذي هو التعليم العالي قد يعتمد علي المنظور المتبني للمستهلك والذي يري أن هناك ثلاث رؤي فلسفية مختلفة يجب أن تؤخذ في الاعتبار وهي :

أولاً : هناك وجهة نظر تقول أن : التعليم العالي يجب أن يركز علي المهارات المؤهلة للوظيفة ، فأي شيء لا يؤدي إلي تحسين قدرة الطالب علي الحصول علي وظيفة والحفاظ عليها يعد هراء وإهداراً للمورد التعليمي ويمكن تلخيص تلك المهارات التي يحتاجها الخريج كما حددتها كلية الإدارة بجامعة تاسمانيا School of Management ,Univ. of Tasmania من وجهة نظر رجال الأعمال التجارية والصناعية علي النحو التالي :

- مهارات حل المشكلات المعقدة ·
- مهارات الاتصال الشفهية والمكتوبة ·
- مهارات التعامل مع الكمبيوتر ·
- المهارات العددية ·
- المهارات النظامية والشرعية ·
- المرونة والتكيف مع التغير ·
- الرؤي والمهارات التحليلية ·

- القدرة العملية والتطبيقية ·
- القدرة علي العمل في الفريق ·

ثانياً : هناك وجهة نظر بأن التعليم العالي يجب أن يركز علي اكتساب ونشر المعارف الجديدة التي تحتاجها سوق العمل ، وتلك هي الاستراتيجية التي تحدد فلسفة "البحث هو الغاية القصوى" التي تتبناها بعض المؤسسات الجامعية ·

ثالثاً : هناك وجهة نظر تركز علي أهمية التنمية البشرية والعادات العقلية وهذه النظرة تسعي إلي التعلم لأجل التعلم ولا تسعي إلي الحصول علي نواتج تعلم معينة من الطالب.

ب- تحديد المستهلك وضماناته :

إن تحديد المستهلك في التعليم أمر عسير خاصة عندما يفشل فحص السياقات التسويقية الأساسية في تحديد وتعريف المستهلك ، ويبدو أن مفهوم المستهلك مفهوم أساسي لدرجة أنه لا يوجد الكثير ممن يحاولون تعريفه · فنجد أن جيوف شاروك عام ٢٠٠٠م Geoff Sharrock يصف المستهلك بما يلي :

- المستهلك هو أهم شخص في أي عمل ·
- المستهلك لا يعتمد علينا ولكن نعتمد عليه ·
- المستهلك ليس عائقاً للعمل ولكنه هدف لهذا العمل ·
- المستهلك جزء أساسي من العمل وليس دخيلاً عليه ·
- المستهلك ليس مجرد مال يضاف إلي الرصيد ، إنه كائن بشري له مشاعر يستحق أن يعامل باحترام ·
- المستهلك يستحق أقصي درجات الاهتمام الذي يمكن أن نمنحها له ، فهو شريان الحياة للعمل ، وهو الذي يدفع أجورنا ·

فهناك خلط في تحديد ما إذا كان المستهلك الأساسي بالنسبة للجامعة وهو الطالب ، الآباء ، المجتمع ، أصحاب العمل ، المجتمع البحثي ، حكومة الدولة ، أم المجتمع عامة ، فالطلاب بالجامعات الاسترالية في هذه الأونة يخبروننا بأنهم المستهلكون وأن يقوم بدفع المصروفات يتوقع أن تتم معاملته علي أنه مستهلك دافع ، فالطلاب كمستهلكين "يختارون

المؤسسات الجامعية ، يدفعون لأجل الحصول علي المنتج ، ينتقون البرامج ، والكليات داخل المؤسسات الجامعية ، ويختارون المقررات والمحاضرين" · وتنقسم المستهلكون إلي مستهلكين خارجيين ومستهلكين داخليين · المستهلكون الخارجيون هم الطلاب ، أصحاب العمل المستقبليون ، والمجتمع ، أما المستهلكون الداخليون فهم أعضاء هيئة التدريس وفريق البحث ، وفريق العمل الإداري وسواء اعتبرنا الطالب مستهلكاً داخلياً أو مستهلك خارجي ، فإن ذلك يضع علي عاتقنا عبء التفكير في كيفية تقديم المنتج ، وفي العلاقة التي يمكن أن توجد بين فريق العمل بالجامعة والطلاب لتحسين أداء المؤسسات التعليمية الاسترالية في السوق – الأمر الذي يتطلب فهم سلوك المستهلك وما يقرره · وهناك مجموعة من الضمانات الخاصة بالمستهلك والتي أولتها الجامعات الاسترالية عناية كبيرة وهي تعطي ثلاث مجموعات من معايير الإرضاء وتشمل :

- تعيين الخريجين في أشغال متعلقة بالوظائف ·
- رضا أصحاب العمل عن برامج التدريب التي تقدمها الكلية ·
- قبول اعتمادات الكلية لدي المؤسسات ·

علي ضوء ما سبق نلاحظ أن مبدأ التوجه نحو المستهلك بالجامعات الاسترالية يقتضي ضمناً عدداً من الأشياء أولها : إنه يمكن تحديد المستهلك · ثانياً أن نعلم احتياجات المستهلك وتوقعاته ومن ثم نحاول تلبيتها بل تخطيطها ·

جـ- مدركات الطلاب لجودة الخدمات الجامعية :

الممارسات المالية داخل الجامعة تفترض أن أسواقاً تأخذ الأولوية علي حساب المجموعات الأخري فمشكلات التسجيل المتزايد ، وعمليات الدمج ، ومطالب زيادة الإنتاجية ووضع ترتيبات تمويل جديدة ·· كل ذلك أدي إلي زيادة الحجم المؤسسي ، وزيادة حجم حجرة الدراسة ، وانخفاض درجة الاتصال بين الطالب وأعضاء هيئة التدريس نتيجة استخدام تكنولوجيا التدريس وزيادة الأعباء الأكاديمية ، فإذا كان الطالب هو المستهلك الأساسي ستشكل تلك الأنشطة مضادات لتطبيق الخدمات التسويقية الجيدة لأن الاتجاه الجديد في خدمات التسويق هو زيادة سلطة الأنشطة غير الروتينية ، فزيادة التسجيل تؤدي إلي ارتباك

الطلاب والضغط عليهم لأنه قد لا يكون لهم مكان في السنة الدراسية نتيجة التضخيم المفاجئ للمقررات أو للأقسام ، فبعد ابتداء الطلاب في الحصول علي الخدمة يجدون أن المكتبة ، وساحة الانتظار ، والتسهيلات الأخرى لا تتلاءم مع تلك الأعداد · إن المنظمة التي تجعل الطالب مستهلكها الأساسي تقوم بوضع نظام إداري فعال تكون فيه أعداد الطلاب وكفاءة الإنتاج علي نفس المستوي وهذا ما تقوم به جامعة كيرتن التكنولوجية باستراليا Curtin University of Technology حيث يعتبر من أهم أهداف المكتب الأكاديمي للتسجيل (ARO) وهو تزويد الطلاب وأعضاء هيئة التدريس والمستهلكين بأفضل الخدمات.

كذلك من الضروري بالنسبة للإداريين والقائمين بالتسويق وصانعي القرار أن يقوموا بتقييم مدركات الطلاب لجودة الخدمات الجامعية والمدركات هنا هي الواقعية للمستهلك وقد وضع تيري جاتفيلد عام ٢٠٠٠م Terry Gatfield مصفوفة للمتغيرات التي تقيس مدركات الطلاب للجودة بجامعة جريفيث Griffith University واشتملت هذه المصفوفة علي المتغيرات التالية :

- التدريس ·
- تنوع المناهج ·
- حجم الفصل الصغير ·
- البيئة الفيزيقية ·
- تسهيلات المكتبة ·
- تسهيلات ساحة الانتظار ·
- الأنشطة الاجتماعية والثقافية ·
- الدليل الجامعي ·
- إسكان الحرم الجامعي ·
- اعتراف رجال الأعمال المرتقبين بالجامعة ·
- وسائل النقل ·
- اعتراف رابطة الصناعة المرتقبة بالجامعة ·
- محتوي البرنامج ·

- المحاكاة ·
- جدول الفصل الصغير ·
- المعامل الكمبيوترية ·
- الخدمات الصحية ·
- الخدمات الغذائية ·
- التسهيلات الترويجية والرياضية ·
- الإرشاد المهني ·
- اعتراف الحكومة بالجامعة ·

هكذا يمكننا أن نفترض أن تسويق مخرجات المؤسسات الجامعية لا يعني خداع المستهلكين بخصوص ما توفره الخدمة لجذبهم إلي نظام تكون فيه البدائل واضحة وتكون فيه نفقات التمويل بين البدائل عالية · فمن ترتيبات التمويل الجديد التي تخص الجامعات الاسترالية هي دفع الطلاب لمصروفات كاملة فدفع الطلاب للمصروفات له تضميناته بالنسبة للطلاب بوصفهم مستهلكين :

أولاً : الطلاب عندما يدفعون المصروفات الدراسية يرغبون في الحصول علي خدمة المستهلك بمعني أنهم لن يقبلوا أماكن مزدحمة أو عدم وجود ساحة انتظار ، أو عدم وجود تسهيلات بالمكتبة ·

ثانياً : قد يتوقع الطلاب وجود نوع من الاتصال بين المستهلك ومقدم الخدمة كجزء من تلك الخدمة ، كما أنه يعتزم عدم دفع مصروفات كاملة للخدمة المعتمدة علي التكنولوجيا ·

إن دفع المصروفات الدراسية يلقي عبئاً كبيراً علي عاتق الجامعات نحو اعتبار الطلاب مستهلكين ومعاملتهم من هذا المنطلق ، مع ذلك هناك خطر في زيادة التركيز علي الطلاب · فبدون الأسواق الأخرى قد لا تصبح هناك خدمة لتوصيلها ·

د- قياس رضاء المستهلك :

رضا المستهلك يعد أمراً غاية في الأهمية بالنسبة للجامعات الاسترالية ، فالتعليم الجامعي منتج غير ملموس ، ولذا فإن توفير خدمة عالية الجودة للمستهلك أمر مهم يلزم

لإضافة القيمة لمستهلكه المطلق ولخلق وسيلة للتمييز بين عدد من المنافسين الذين يقدمون التعليم الجامعي في ظل بيئة تنافسية كما أن العديد من الطلاب (المستهلك المطلق) قد أتو وهم يتوقعون خدمة متدنية ويقولون بأنهم سوف يسعون وراء تلك المؤسسات التي تقدم مستوي أفضل من الخدمة ، إضافة لذلك فإن تكلفة فقد أحد المستهلكين تكلفة كبيرة فإذا كان ذلك المستهلك هو الحكومة أو وسطاء آخرين من وسطاء التمويل ، حتماً ستكون النتيجة واضحة · أما إذا كان المستهلك هو الوالدين فإن ذلك يعني أن التعليم الجامعي سيفقد مستهلكيه وسوف يفقدون أيضاً أي احتمالية لالتحاق أي طالب ينتمي لهذه الأسرة بهذه المؤسسة الجامعية · فمن المعروف أن للآباء تأثيراً قوياً في عملية اختيار المدارس ومن ثم يكون من المتوقع أن يواصلوا بعض هذا التأثير في مستهلك التعليم الجامعي أما إذا كان المستهلك هو صاحب العمل المستقبلي ، فإن مستهلكي التعليم الجامعي سيصبحوا غير مفضلين بمعني أنه قد يقوم أصحاب الأعمال بإصدار قرار بعدم قبول خريجي جامعة معينة.

ولذلك فإن معرفة ما يرضي المستهلك وما لا يرضيه أمر غاية في الأهمية ، ويتم التعبير عن الرضا باستمرار عمل المستهلك ، وإخباره للآخرين عن الخدمة وجودتها · وتميل الجامعات الاسترالية إلي قياس رضا الطالب عن طريق إجراء مسح لرأي الطالب والتأكد من رضاه عن طريق أساليب تقييم التدريس ، ولكنها تبذل قدراً ضئيلاً من الوقت في التأكد من جودة الأوجه الأخرى لخبرة طالب التعليم الجامعي فعلي الرغم من الجهد المبذول في تقييم جودة التدريس ، يبرز كل من يو You ، وكوان Kwan المشكلات التي تظهر عند تقييم الطلاب لأداء المحاضرين وهو ما يفسر تجنب بعض المؤسسات اختيار هذا الاتجاه :

– المشكلة الأولي : هي أن تقييم الطلاب للتدريس قد يعتبره بعض الطلاب عدم احترام ، خاصة أولئك الطلاب المتأثرين بالنظرة الكونفوشية ·

– ثانياً : بعض الطلاب الذين يؤمنون بالقيمة الثقافية التبادلية قد يكون تقييمهم للمحاضر أكثر تدنياً من تقييم الآخرين إذ نالوا درجات ضعيفة ·

– ثالثاً : تقييم الطالب للمحاضر وتدريسه قد يمنع المحاضر من تدريس بعض مواد المقرر أو استخدام بعض الوسائل التي قد تفيد الطلاب علي المدي الطويل ·

إضافة لذلك دائماً ما يقاس رضا الطالب بعد انتهاء الفصل الدراسي وهو ما يحد من الاستفادة بالبيانات في تقرير تحسين خدمة المستهلك بالنسبة لطلاب معينين .

إن مقاييس رضا الطالب تتعلق بدرجة كبيرة بالجودة المدركة للأداء الأكاديمي مقابلة برضا الطالب عن الخدمة كعملية ، فرضا الطالب عن المؤسسة الجامعية له تأثير شديد في الأداء الأكاديمي أو هو تأثير أقوي من تأثير الأداء الأكاديمي علي رضا الطالب فتقييمات الطالب التي تقيس الرضا عن الأداء الأكاديمي أو "التدريس" وليس الأداء المؤسسي أو الإداري لا تلعب سوي نصف الدور ، إن تحديد مرضيات المستهلك يجب أن تكون لها الأولوية القصوى في تسويق مخرجات التعليم الجامعي كما هو الحال باستراليا.

هـ- نموذج جديد لرؤية تسويق التعليم الجامعي ومخرجاته باستراليا باستخدام نموذج الأسواق الستة :

تري ليندا بيرنان ولين بينينجتون Linda Brennan & Lynne Bennington أن المستهلكين المرتقبين لجامعة "موناش الاسترالية" Monash University يمكن تجميعهم باستخدام نموذج الأسواق الستة ، ويبرز هذا النموذج مجموعات عديدة من خلال أفعالها أو أقوالها التي تؤثر في سمعة وإمكانيات الجامعة . ويوضح ذلك الشكل التالي :

شكل (٧) يوضح الأسواق الستة لنموذج التسويق الاسترالي



١- الأسواق الداخلية **Internal markets** :

تتمثل الأسواق الداخلية في مجموعة الأفراد الذين هم بحاجة لمنحهم كامل السلطات التي تمكنهم من نجاح الأنشطة التسويقية ولذلك فهي تتمثل في أعضاء هيئة التدريس الحاليين والآخرين الذين يختصون بتوصيل الخدمات الجامعية · وفي مجال التعليم الجامعي تشمل الأسواق الداخلية الإداريين ، الأكاديميين ، والمستشارين ، فالتعليم الجيد لا يمكن توصيله بدون أعضاء هيئة تدريس علي مستوي عال من الجودة ، فهم في الأصل الأكثر أهمية في أي مؤسسة جامعية ·

٢- أسواق الاستقطاب **Recruitment markets** :

تعتبر أسواق الاستقطاب بمثابة الأسواق الداخلية المرتقبة (المستقبلية)وتأكيد التسويق علي هذا المستوي يضمن إتاحة الحصول علي عدد كاف من رجال الأعمال بهدف الحفاظ علي أسواق المستهلك بمرور الوقت· ونظراً لأن الجامعات الاسترالية تواجه أزمة أعضاء هيئة التدريس المؤهلين فإن هذه السوق بالنسبة لهم ، سوق متفوقة · فالموظفون يجب أن يختاروا المنظمة قبل المنافسين الآخرين حيثما يبحثون عن العمالة أو التوظيف ، وعلي سبيل المثال ، إذا أردنا تطوير برنامج للخريجين ، فلا نستطيع أن نبدأ في عمل ذلك دون أن يتوفر لدينا الشخص الذي لديه المهارة في تدريس الكبار ولديه خبرة ومؤهلات سابقة في ذلك · فالفكرة هنا في أسواق الاستقطاب تقوم أساساً علي خلق الجو الملائم والجذاب لأعضاء هيئة تدريس جدد وتقديم المؤسسة الجامعية للاستقطاب الخارجي ·

٣- الأسواق المرجعية **Referral markets** :

تتضمن الأسواق المرجعية مجموعة الناس الذين هم في وضع يشير إلي مستخدمين بارزين (مستقبليين) للخدمة الجامعية ، فهم مجموعة الأفراد الذين علي وعي كامل بخدمة تلك الجامعة ولكن لم يستخدموها حالياً ولا هم مُوردون لها في الوقت الحالي · فعلي سبيل المثال من الممكن أن يكونوا مستهلكين أو مُوردين سابقين ، أو أصدقاء أو عائلة من الناس (الذين يستخدمون فعلاً تلك الخدمة) · فهم جزء من شبكة عمل الناس الذين لديهم تأثير علي هذه الخدمة ولكن لم يكن لهم تعامل مباشر مع تلك المؤسسة الجامعية · والأسواق المرجعية من الممكن أن تكون أيضاً وكالات (مثل مستشاري المهن) ولذلك يكون لهم تعامل مباشر مع المؤسسة الجامعية ولكن لم يكونوا مستخدمين لتلك الخدمات الجامعية ·

٤- أسواق المستهلك Customer markets :

وتحتوي أسواق المستهلك علي مجموعة الأفراد سواء كانوا مستهلكين جدداً أو موجودين بالفعل أو مستخدمين للمنتج الجامعي ، فقد أشارت معظم الأدبيات التسويقية إلي اعتبار هذه المجموعة من الناس هم السوق الوحيدة · والمستهلكون ليسوا بالضرورة أن يدفعوا لها حتي يكونوا قادرين علي استخدامها حيث إنه سيكون في وقت من الأوقات هناك عدد من أسواق المستهلك ، كل منهم بأولوياته الخاصة به · وفي مجال التعليم الجامعي من المحتمل أن يكون الطلاب بالإضافة لعائلاتهم وأصحاب الأعمال المرتقبين كل منهم باحتياجات خاصة به · ولم يكن هدف التسويق بخصوص هذه المجموعة هو فقط الحصول علي مستهلكين جدد ولكن المحافظة علي هؤلاء المستهلكين الموجودين فعلاً · ولذلك فإن الهدف الذي تسعي إليه المؤسسة الجامعية هو جعل عملائها أكثر سعادة بدرجة كافية للتزكية بتلك المنتجات الجامعية واستخدامها ·

٥- أسواق المورد Supplier markets :

وهم مجموعة الناس الذين يعتمد عليهم للتزويد بالبضائع والخدمات والأفكار والمفاهيم والتأثيرات المطلوب لتزويد الخدمة لأسواق المستهلك · وغالباً ما يكون هؤلاء الأفراد وسطاء بين أسواق المستهلك ومورد الخدمة كما في حالة هياكل القبول بالجامعات · فعلاقة المنظمة بالموردين شيء ضروري لإمداد المستهلكين بخدمة عالية الجودة ، وفي مجال التعليم الجامعي نجد أن الموردين هم مجموعة الأفراد التي تقوم بتزويد الجامعة بالتمويل والمعدات ·

٦- الأسواق التأثيرية Influence markets :

هي هؤلاء الأفراد القادرون الذين لهم سلطة التأثير في الأنشطة أو إصدار القرارات في الأسواق الأخري · فهؤلاء الأفراد مجموعة من الناس لديهم علاقة طيبة مع العملاء وتعتمد عليهم المنظمة إلي حد كبير بهدف النجاح في أسواق المستهلكين · ومن المحتمل أن يكون هؤلاء الأفراد بعض الإدارات الحكومية والمجتمعات المحلية والجمهور ، والمؤسسات ومن المحتمل أن يكون هؤلاء متضمنين بطريقة مباشرة في المنظمة · ولهم التأثير علي قرارات وأنشطة المنظمة ولذلك فيكون لهم تفاعل مع المستهلكين.

وعلي ضوء نموذج الأسواق الستة ، نلاحظ أن الاختلاف الأساسي بين الأسواق المرجعية والأسواق التأثيرية هو أن الأسواق المرجعية تساهم في مجال الوعود بأشياء تقولها وتفعلها أما الأسواق التأثيرية فتميل أكثر إلي الاهتمام بأشياء تفعلها ، وأهمية التسويق في هذا المستوي هو ضمان أن يقوم الأفراد الذين هم في هذا الموقع في الأسواق التأثيرية بالوظيفة التسويقية علي نحو إيجابي ، وكل من هذه الأسواق أو مجموعات الأفراد بحاجة إلي الوصول إلي درجة من الرضا إذا كانت مؤسسة التعليم العالي ترغب في مواصلة النجاح في تسويق خريجها .

إن التركيز علي سوق واحد علي حساب الأسواق الأخرى قد يتسبب إما في نقص التمويل ، نقص الطلاب ، فقدان السمعة ، أو إلي تراجع مستويات الفريق الأكاديمي بناء علي المكانة التي ترغب الجامعة في تحقيقها من حيث الجهد التسويقي للخريجين في سوق العمل.

نموذج جامعة كانبيرا Canberra University الاسترالية لتسويق مخرجاتها وخدماتها الجامعية

تقوم جامعة كانبيرا الاسترالية بتسويق خريجيها وخدماتها من خلال مكتب مجالات العمل وتوظيف الخريجين The Career & Graduate Employment Office (CGEO) وتكرس الخدمات المهنية لتزويد الطلبة بالدعم والمساعدة ذات المغزى من اجل تنمية مهارتهم المتضمنة في تطويرهم المهني الشخص والتخطيط والبحث عن فرص العمل بنجاح و يتم تحقيق ذلك من خلال : :

- تقديم دورات التطوير الوظيفي .
- عقد ورش عمل التطوير الوظيفي .
- الحفاظ على تحديث مركز مصادر الوظائف و موقعه .
- تسهيل الحصول على فرص توظيف الخريجين عبر معارض وظائف العمل
- تقديم خدمات عديدة للطلاب ، وأصحاب العمل ، وتوظيف الخريجين .. علي النحو التالي:

١- خدمات للطلاب Services for students :

تدعم خدمة التوظيف ومجالات العمل الطلاب الذين يسعون وراء الحصول علي معلومات توظيفية من خلال إنتاج والحفاظ علي مجموعة من الموارد والمعلومات المرجعية الخاصة بمجال العمل . وتقيم هذه الخدمة ورش عمل وندوات تساعد الطلاب في تأسيس اختياراتهم التوظيفية علي أساس معلوماتي وفي تعزيز مهاراتهم في البحث عن خبرة مهنية ووظائف وقتية أو دائمة.

كما أن ورش العمل والندوات يمكن تصميمها للمقررات الفردية ويمكن وضعها في مناهج قابلة للطلب.

وتقيم خدمة التوظيف ومجالات العمل روابط مع الصناعات وأصحاب العمل لتسهيل والارتقاء بعملية التوظيف لطلاب وخريجي جامعة Canberra University وتوفر هذه الخدمة خاصية الإرسال البريدي المباشر وتقديم المشورة داخل الحرم الجامعي.

٢- خدمات لأصحاب العمل Services for employers :

تجذب جامعة Canberra الطلاب من جميع أنحاء استراليا وأيضاً مما يزيد عن ٦٠ دولة أخري . خريجو الجامعة ينمون مهارات مهنية قابلة للتحويل كما ينمون معرفة متخصصة توفر لهم إمكانية النجاح في المجالات التي يختارونها . لدي الجامعة باعاً طويلاً في توظيف الخريجين وهو ما يعد دليل علي طلب أصحاب العمل علي خريجي جامعة Canberra .

وتقدم خدمة مجالات العمل وتوظيف الخريجين خدمات التعيين التالية لأصحاب العمل الذين يرغبون في تعيين خريجي جامعة Canberra :

- ندوات معلوماتية داخل الحرم .
- مقابلات داخل الحرم .
- خدمات بريد خارجية .

- استشارات الوظائف الخالية ·
- جمع طلبات التوظيف ·
- وضع قائمة بالأفرع العلمية الأكاديمية بجامعة Canberra

٣- توظيف الخريجين Graduate Employment :

إن العثور علي وظيفة جيدة بعد التخرج أمر صعب ولكنه ليس بالمستحيل · إنها رحلة شخصية تختلف من طالب لآخر وتعتمد إلي درجة كبيرة علي المهارات والخبرات التي اكتسبت أثناء المرحلة الجامعية · برنامج مجالات العمل وتعيين الخريجين يقدم الدعم والتوجيه لمساعدة الطلاب علي تحقيق انتقال ناجح من مجال الدراسة لمجال العمل ·

ففريق العمل في البرنامج علي اتصال دائم بأصحاب العمل ، كما أن مكتبة الجامعة تضم معلومات حول الاحتياجات المتغيرة لأصحاب العمل في ظل سوق العمل سريع التغير · إلا أن هذه المكتبة مصدر واحد لمعلومات البحث عن وظيفة · وفي أثناء السنة النهائية تتيح الجامعة للطلاب فرص الاستشارة من صحف الوظائف ، المجلات ، مواقع الانترنت بشكل منتظم لتوسيع معرفتهم الصناعية وللاستفادة من أي فرص عمل قد يعثروا عليها · كما أن مكتب مجالات العمل وتوظيف الخريجين لديه أيضاً "ملف توظيف الخريجين" الذي يحوي مراكز الخريجين التي ترد من أصحاب العمل ·

ويقوم مركز خدمة مجالات العمل وتوظيف الخريجين بعقد لقاءات وورش عمل مستمرة لمساعدة الطلاب في الارتقاء بمهارات البحث عن عمل والتقدم لشغل الوظائف ·كما يتم أثناء العام تنظيم برنامج زيارات أصحاب العمل ·

ويعتبر هذا البرنامج جزءاً هاماً من مهام السنة النهائية بالكلية لأنه يوفر الاحتكاك بأصحاب العمل المحليين والقوميين كما أنه يتيح الفرصة لاختبار مهارات الطالب الخاصة بالتقدم لوظيفة وإجراء المقابلة · ويأتي معظم أصحاب العمل للزيارة أثناء الفصل الدراسي الأول ويشمل ذلك الشركات الكبرى ·

النموذج الصيني

شهد التعليم العالي في الصين عدة إصلاحات في السنوات الأخيرة ·· فتزايد عدد الطلاب الملحقين بمؤسسات التعليم العالي حتي وصل عام ٢٠٠١ إلي حوالي ٢,٥مليون طالب أي بزيادة تقدر بحوالي ١٤% عن العام السابق · وهذا يعكس اتجاه الحكومة الصينية في توسيع فرص الالتحاق بالتعليم العالي ؛ حيث تهدف إلي حصول أكثر من ٢٠% من السكان علي التعليم العالي بحلول عام ٢٠١٥ · ويرجع ذلك إلي أن التحديث الاقتصادي بالصين يتطلب عمالة علي درجة عالية من الجودة ، الأمر الذي دفع الحكومة لتوسيع تسجيل الطلاب في مؤسسات التعليم العالي الحكومي بالإضافة إلي تشجيع مؤسسات التعليم العالي الخاص.

ويرجع ذلك لما تشهده الصين من تطور اقتصادي سريع يهدف إلي :

- مواكبة تطور اقتصاد السوق الاشتراكية وتغير الأفكار القديمة ورفع مستوي وضع السياسات والإدارة.
- رفع روح المنافسة بين المؤسسات المختلفة ·
- تحقيق الارتباط الوثيق بالتحديث Four Moderizations (إحراز التقدم في الصناعة ، الزراعة والعلوم والتكنولوجيا والدفاع) استجابة للمعطيات الجديدة في السوق الاشتراكي.

وكان لهذا التطور الاقتصادي أثر كبير في إصلاح التعليم العالي ، ليس فقط – كما ذكرنا سابقاً – في زيادة أعداد المقبولين بالتعليم بل إصلاح نظام تشغيل الخريجين والذي يقوم علي أساس اختيار الخريجين لوظائفهم بأنفسهم علي ضوء احتياجات سوق العمالة وذلك من خلال المنظمات الاجتماعية والتي تقوم بتقديم المعلومات والإرشادات الاستشارية في عملية التوظيف لتقديم الخدمة للخريجين · ولهذا أصبحت هناك ضرورة للتوجه نحو السوق ومعرفة احتياجاتهم من الخريجين الأمر الذي تتطلب تصنيع التعليم العالي Industralization of H. E. بالصين والتعاون مع المؤسسات الموجودة في سوق العمل من شركات وبنوك لما لها من فوائد عديدة في معرفة اتجاهات سوق العمل في التعليم العالي ·

ولذلك حاولت الحكومة الصينية أن تزج بالتعليم العالي في بيئة السوق باعتبارها من أهم مؤشرات الإصلاح ، فدخول عناصر السوق في القطاع العام جعل الناس يؤمنون بأنه ستكون أمامهم العديد من الاختيارات وبالتالي مستوي أفضل من الجودة في التعليم العالي ·

التعليم العالي والسوق في الصين :

لقد حدد بولز Balls خمسة عناصر يمكن في ضوئها إعادة الهندسة التعليمية الموجهة نحو السوق وهي علي النحو التالي :

الاختيار **Choice :**

اختيار الآباء واحد من أساسيات السوق التعليمي ، والآباء علي أتم استعداد لإنفاق الأموال الطائلة علي تعليم أولادهم ، وهم في انتظار لأن يعرض عليهم مزيد من الاختيارات فيما يتعلق بجودة الخدمات التعليمية وهو أمر بالغ الوضوح في كل من هونج كونج والصين.

التنوع **Diversity :**

يري Ball أن مبدأ السوق التعليمي قائم علي التنوع ، من هذا المنطلق يكون الاختيار واقعياً فقط إذا كان هناك منتجات متنوعة نختار من بينها ، ومن نفس المنطلق نجد أن المرونة في السماح للجامعات المختلفة باستخدام كتب دراسية مختلفة جعل من توحيد بناء المناهج ضرباً من ضروب الماضي ، كما أن قناعة الطلاب وادركتهم لتنوع البرامج الدراسية تؤثر علي دراستهم بالخارج ·

التمويل **Funding :**

إن لم تكن اختيارات المستهلكين (الآباء ، الأبناء ، أصحاب العمل المستقبلين..) لها أي آثر مباشر علي المنتجين ، فلن يكن هناك "تبادل تمويلي" ·ولذلك أصبحت هناك قنوات متعددة للتمويل التعليمي معظمها يأتي مباشرة من المستهلكين ، مما يجعل المؤسسات التعليمية الجامعية أكثر استجابة لمتطلبات السوق ويحدث ذلك في قطاع مؤسسات التعليم العالي في هونج كونج ·

المنافسة **Competition :**

إن المنافسة تؤدي إلي وجود كل من الكفاءة والفاعلية ، ومن ثم عندما يكون تمويل الجامعات متعلقاً بشكل مباشر بتسجيلات الطلاب سيؤدي ذلك إلي وجود منافسة عالية

المستوي بين الجامعات ويستخدم السوق هنا إذن كآلية ضبط ، ولذلك نجد أن الجامعات ذات التسجيلات المنخفضة تسعي بكل جهدها وباستخدام كل الوسائل والسبل لرفع أعداد طلابها حتي تتمكن من البقاء في ظل موجات اقتصاديات السوق ·

النموذج التنظيمي Organizational style :

هذا النموذج يعكس فكرة الإدارة القائمة علي الجامعة · سيصبح في أيدي الجامعة سلطة التحكم المباشر في الميزانية التي تخصصها لنفسها و في الوقت نفسه ستصبح هذه الجامعات مسئولة عن توظيف ، أومكافأة أوفصل أعضاء هيئة التدريس بها وبقية أعضاء فريق العمل· ولقد صاحب عملية صياغة وتطوير السوق في الصين وضوح واتساع الفجوة بين "الممولين" و "المستهلكين" ، وهو ما أدي إلي ظهور "سوق داخلي" أو "شبه السوق" ومن هذا المنطلق أصبحت الجامعات مؤسسات للأعمال تعمل وتدار بنفس أسلوب عمل وإدارة مؤسسات الأعمال مع التركيز بشكل أساسي علي حسابات الربح والخسارة ، إن إعادة هندسة التعليم بناء علي التوجه نحو السوق عملية تركز بشكل أساسي علي تدعيم الآباء والطلاب من خلال الاختيارات المتعلقة بالموارد في مجال التعليم ؛ بحيث يمارس هؤلاء الآباء والأبناء ضغوطهم لتحقيق قدر أكبر من الاستجابة والفاعلية الأكاديمية ·

وعلي ضوء ما سبق ، نجد أن التحدي الرئيسي الذي يواجه التعليم الجامعي بالصين هو تحدي التسويق Marketization الذي يهدف إلي تحقيق الجودة ومواجهة متطلبات سوق العمل.

سياق سياسة تسويق التعليم الجامعي في الصين :

حتي نتمكن من فهم عملية التسويق التي تتم في قطاع التعليم الجامعي في الصين يجب أن نضعها في السياقات التعليمية والاجتماعية والاقتصادية الأكبر ، مع التركيز بشكل خاص علي التحولات الأخيرة التي طرأت علي الصين · فمنذ فترة السبعينيات كانت هناك ثلاثة تحولات سياسية أساسية طرأت علي الصين ومما لا شك فيه أن هذه التحولات أثرت في السياسات والإصلاحات في قطاع التعليم الجامعي وأولي هذه التغيرات السياسية يرجع أصله إلي عام ١٩٧٨ والذي تمثل في إعادة توجيه التركيز القومي لينصب علي إعادة الهندسة الاقتصادية وعلي التحديثات الأربعة Four Modernization في مجالات الصناعة ،

الزراعة ، العلوم والتكنولوجيا والدفاع القومي. فالإصلاحات الاقتصادية التي بدأت مـا بعـد "ماو" Post Mao period جعلت التعليم جزءاً متكاملاً من الاستراتيجية القوميـة للتطـور الاجتماعي الاقتصادي . والتحول السياسي الثاني وثيق الصلة بالتغير فـي إعـادة الهندسـة الاقتصادية من الاعتماد بشكل أساسي علي الصناعات كثيفة العمالة إلي الاعتماد علي تحسن مؤهلات القوي العاملة وإحراز التقدم في المجالات العلمية التكنولوجية . والأهمية الاجتماعية لكل هذا تمثلت في التحول من سياسة الاقتصاد ذي التخطيط المركزي إلي سياسـة اقتصـاد "السوق الاجتماعي" والتي وجهت نظام التعليم في الصين نحو أسلوب موجه نحو السوق.

في ظل مثل هذه السياقات الاجتماعية الواسعة طبق التعليم الجامعي في الصين عملية "التسويق" التي يقصد بها أن تكون العملية التي بمقتضاها يصبح التعليم الجامعي سلعة يمولها ممولون متنافسون ويتم تحديد مخرجاتها التعليمية والالتحاق بها بالاعتمـاد علـي حسـابات المستهلك ، وقدرته علي الدفع ومن خلال تأثره بقوي السوق أحدث التعلـيم الجـامعي فـي الصين تغيرات أساسية من حيث التوجه ، التمويل ، المناهج ، الإدارة ، إلا أن الأمر الأكثـر أهمية هو أن التغيرات الحديثة التي طرأت علي قطاع التعليم في الصين تنسجم مع الاتجـاه العام لقطاع الرفاهية الاجتماعية الصينية الذي ظهر منذ عصر الإصلاح والذي ركـز علـي المسئوليات الفردية والمبادرات المحلية . وبالتالي قلل من أهمية الدولة في تمويل الرفاهية.

في الوقـت ذاته كـان هنـاك تغـير في قيـم الأشـخـاص . فبدلاً من الاعتمـاد علي الدولة في تمويل الخدمات التعليمية كما كان في عهد ماو ، أصبح الناس يعتمدون الآن علي أنفسهم وعلي السوق وليس علي الحكومة . كما أن تبني سياسة اللامركزية جعلت المناخ التعـليمي في الـصين يسـمح بمزيـد مـن المرونة والتنوع في توصيل الخدمات التعليمية

سياسة اللامركزية وتسويق التعليم الجامعي في الصين :

مدي واسع من سياسات الحكومة المطبقة منذ منتصف الثمانينيات أظهر أن الصين قد بدأت تحركها في اتجاه "اللامركزية" و "التسويق" في عـام ١٩٨٥ ، فحـزب الاشـتراكيين الصيني Chinese Communist Party CCP قد قدم إصلاحات هيكلية علـي المسـتوي

المؤسسي، فأبرز الحزب أن تزايد المركزية وصرامة القواعد أدت إلى إعاقة المبادرة والتحمس للمؤسسات التعليمية المحلية ، ومن ثم قرر الحزب نقل السلطة والمسئوليات لقادة محليين وتربويين لإدارة المسائل المتأصلة في نطاق اختصاصاتهم ، وبالتالي تعمقت لامركزية الإدارة والتمويل ، ويتزامن مع ذلك تفويض كل المؤسسات التعليمية في إدارة شئونها الخاصة وفقاً للقوانين واللوائح الخاصة بها، وبالتالي يمنح لهذه المؤسسات قدر أكبر من الاستقلال للفصل في الأمور المتعلقة بتسجيل الطلاب ، قضية الاعتمادات الأكاديمية ، وتعيين أعضاء هيئة التدريس · بلا شك ، أن الأفكار والتطبيقات الخاصة باقتصاد "السوق الاجتماعي" لها آثار حاسمة علي التطور التعليمي الجامعي في الصين · لذلك نجد أن مفاهيم مثل "الكفاءة" ، "الفاعلية" ، و "المنافسة" أصبحت أكثر شيوعاً في إدارة وضبط القطاع التعليمي ، في نفس الوقت أصبح العرض والطلب في سوق العمل يلعبان دوراً أكثر أهمية في التعليم الجامعي وهو الدور الذي يفوق دور أسلوب تخطيط القوي العاملة.

نموذج الأسلوب الموجه نحو السوق في إدارة التعليم الجامعي

علي ضوء هذا السياق السياسي أصبح التعليم الجامعي في الصين يطبق عملية التسويق فتبني نموذج الأسلوب الموجه نحو السوق في إدارة التعليم الجامعي ويقوم هذا النموذج علي :

١- مجموعة من السمات يتميز بها التعليم الجامعي المسوق ·

٢- الانتفاع بالمنافسة في تعزيز الكفاءة والفعالية ·

٣- المناهج والبرامج الموجهة نحو السوق في إدارة التعليم الجامعي ·

١- سمات التعليم الجامعي المسوق وفقاً لنموذج الأسلوب الموجه نحو السوق - Market driven & marketised في إدارة التعليم الجامعي :

لقد حدد ديفيد شان وكاهو موك Chan & Mok عام ٢٠٠١م السمات الرئيسية للتعليم الجامعي المسوق وفقاً لنموذج الأسلوب الموجه نحو السوق في إدارة التعليم الجامعي علي النحو التالي :

أ- تنوع الإمدادات التعليمية Diversification of educational provisions : لـم تعد الدولة المحتكر الوحيد لتقديم التعليم حتي وإن كانت لاتزال المصدر الأساسـي له، فبعد تبني السياسة اللامركزية منذ منتصف الثمانينيات ، قامت أنـواع عديـدة مختلفة من المصادر غير الحكومية ، الأشخاص ، القوي الاجتماعية ، .. برعايـة الجامعات حيث ظهرت هذه الأنماط وانتشرت في كل أنحاء الدولة ومن ثم تنوعـت الخدمات والمخرجات الجامعية المقدمة للشعب الصيني وسوق العمل .

ب- تعـدد قنـوات التمويـل التعليمـي Multiple channels of educational financing : مؤشر آخر يوضح أن التعليم الصيني أصبح أكثر توجهاً نحو السوق ويتعلق هذا المؤشر بتخفيض التمويل الحكومي للتعليم ، ففي قطاع التعلـيم العـالي انخفض التخصص المالي الحكومي ، علي حين زادت المنح والتمويلات الصـادرة عن قطاعات غير حكومية وأصبح أكثر أهمية.

ج- يجب أن تقوم الجامعات بتأسيس مجالات العمل الخاصة بها ، لذلك انتشـرت فـي التعليم الجامعي الصيني استراتيجيات أخري لإدارة الـدخل مثـل تقـديم بـرامج بمصروفات ، تقديم برامج تعليم الكبار ، والبرامج المسائية لجـذب المزيـد مـن الطلاب ، أو فرض رسوم استشارية وهكذا . كما تسعي الجامعات الصينية لجـذب المزيد من المنح والتمويلات من خلال تدعيم الـروابط مـع قطاعـات الأعمـال والصناعة.

د- إضافة إلي انتشار إدارة الدخل في الجامعات الصينية ، أصبح ينبغي علي طـلاب الجامعات تمويل مصاريفهم الدراسية ، قبل منتصف الثمانينيات ، كان كل الطـلاب تقريباً يحصلون علي التعليم الجامعي مجاناً مادام أنهم قادرون علـي الأداء الجيـد واجتياز اختبارات الالتحاق بالجامعة . وبدءاً من منتصف التسعينيات بدأت الحكومة المركزية في اتباع مبدأ التزام المنتفع بالدفع user-pay principle وهو المبدأ الذي يلزم الطلاب بتسديد نفقات دراستهم والآن أصبح لزاماً علـي كـل الطـلاب دفـع مصروفاتهم الدراسية مع تقديم قروض للدراسة والبحث للطلاب الفقـراء . ومـن إحدي استراتيجيات الحصول علي مزيد من المصروفات لدعم التطـور التعليمـي تجريب لنموذج "الادخار التعليمي" فالسمة الرئيسية لهذا النموذج أن علي الآبـاء أن

يدفعوا مقدماً المصروفات الدراسية وشتي أنواع المصروفات (المبلغ التراكمي لسنوات عديدة) بصفة "مدخرات تعليمية" للخدمات والتسهيلات التطويرية · لذا لم يعد من المدهش أن نجد فرصاً لنفقات مختلفة تحدد وفقاً لانتشار المقررات وقيمتها في السوق ، كل هذه التطورات توضح أن قطاع التعليم الجامعي في الصين ومخرجاته قد تأثر تأثراً واضحاً بقوي السوق.

٢- الانتفاع بالمنافسة في تعزيز الكفاءة والفاعلية :

انطلاقاً من الاستجابة للمطالب الخارجية على الوصول لقدر أفضل من الكفاءة والجودة ، قامت الحكومة المركزية منذ منتصف التسعينيات بتقديم مشروع ٢١١ لانتقاء مائة مؤسسة من مؤسسات التعليم العالي لتطوير أفرعه العلمية وفقاً لاحتياجات السوق وآلياته · وبانتقاء هذه المؤسسات سوف تخصص لها تمويلات ومنح إضافية ويصبح هدف الحكومة من وراء ذلك هو أن تخلق من هذه المؤسسات الجامعية ، مؤسسات جامعية عالمية المستوي في القرن الحادي والعشرين ، والمحور الأساسي هو خطة لخلق المنافسة بين الجامعات الصينية ومكافأة أفضل ١٠٠ جامعة · وكل الجامعات يتم تقييمها من خلال معايير موضوعية ، كمية ، المباني ، المكتبات ، المعامل ، الأبحاث ، التمويل ، هكذا لتحديد ما إذا كانت مؤهلة لتكون من بين مؤسسات القمة أم لا · فالسعي وراء تقوية مركزها التنافسي وتدعيمه دفع العديد من الجامعات مثل جامعة شنغهاي العريقة إلي الاندماج مع كليات وجامعات محلية أخري لتكون جامعات ضخمة في الوقت نفسه قامت مؤسسات أخري مندمجة مثل جامعة Tonji وجامعة Zichun Lianhe بإجراء عمليات تطويرية ·

وفي عام ١٩٩٨ أعلنت الدولة قانون التعليم العالي متعهدة بأن الحكومة المركزية سوف تخصص أموالاً إضافية لدعم تطوير جامعة Bejing وجامعة Oinghua اللتين تعتبران من أرقي جامعتين في الصين ، في الوقت نفسه لن تقدم الدولة أي تمويل إضافي لباقي المؤسسات في أي جزء من أجزاء الدولة ، وعلي هذا يجب علي المدن أو المقاطعات الفردية أن تحدد جامعة واحدة لإجراء التطويرات الاستراتيجية عليها ، وفي عام ١٩٩٨ تم تحديد جامعة Fudan من قبل الحكومة البلدية لشنغهاي كجامعة رئيسية في المنطقة وتم

تخصيص موارد إضافية لها لجعل الجامعة أفضل مؤسسة في المنطقة · كل هذه التطورات تشير بوضوح إلي خلق "منافسة داخلية" ومن ثم تبشر بنشوء "سوق داخلية" في المستقبل القريب .

٣- المناهج والبرامج المستمدة من السوق :

ليس من المدهش في ظل تأثير موجه المد الخاصة باقتصاد "السوق الاجتماعي" أن نجد أن المؤسسات التعليمية الجامعية في الصين قد اتخذت سلسلة من التحركات الرئيسية للتكيف مع المتطلبات الجديدة للسوق وأيضاً للتكيف مع معطيات العرض والطلب في السوق ، ولذلك أصبحت الجامعات الآن أكثر اهتماماً بالخريج القابل للتعيين والذي يناسب احتياجات أصحاب العمل · كما أصبحت المناهج والبرامج مستمدة علي نحو أكبر من السوق مؤكدة بشكل أكبر علي الجوانب العملية والقيم التطبيقية · فتزايد الأهمية المرتبطة بالقيمة "الظاهرية" للتعليم الجامعي ، جعلت كلاً من الطلاب الأكاديميين والمعيدين بالجامعات يبحثون عن النواتج البحثية الأكاديمية عند تحكيم أدائهم بدلاً من البحث عن مدي إفادة الطلاب وأعضاء هيئة التدريس من العملية التعليمية ، وكذلك أصبحت أهم السمات التي تميز التعليم الجامعي في الصين هي "مرونة" المناهج والبرامج واتسامها بالتنوع لتلائم احتياجات السوق.

وأصبحت الأولوية لزيادة نسب التسجيلات في كليات العلوم الاقتصادية ، القانون ، إدارة الأعمال ، دراسات الكمبيوتر ، اللغات الأجنبية ، العلوم التطبيقية وتكنولوجيا المعلومات، ومن خلال المقابلات الميدانية التي تم إجراؤها مع رؤساء الجامعات وعمداء الكليات ، تؤكد النتائج التي تقر بأن الطلاب يميلون لاختيار البرامج والمقررات ذات القيمة السوقية ، فمن المواد المفضلة لدي الطلاب والتي يقع عليها الجانب الأضخم من الطلب هي البرامج والمقررات الطبيعية التطبيقية والقيمة العملية وذلك لحرص هؤلاء الطلاب علي زيادة قدرتهم التنافسية في سوق العمل · ولذلك أصبح بناء المناهج والمقررات مستمد بشكل أساسي من قوي السوق واحتياجات سوق العمل وذلك لتزويد الطلاب بالمهارات والمعارف المطلوبة في سوق العمل الحر.

ولقد تم تطبيق أسلوب التوجه نحو السوق وذلك من خلال إعادة تخصيص الموارد المالية بأسلوب موجه نحو السوق ، نشر مبدأ دفع المصروفات ، تشجيع التعليم الخاص ، وتقليل الإنفاق الحكومي كلها مؤشرات علي صدق هذه الحقيقة ، فضلاً عن التركيز علي التوجه العملي في المناهج والتأكيد علي التدريب المهني ، فكلها مؤشرات توضح أن التعليم الجامعي بالصين أصبح أكثر استجابة للمعطيات الجديدة للسوق وبالتالي أصبحت مخرجاته مطلوبة في هذه السوق.

نموذج التصنيع في التعليم الجامعي أو ما يعرف بنموذج "المدخلات – العمليات – المخرجات" Inputs - Processes - Outputs model" بهونج كونج والمنافسة الداخلية

من إحدي آثار الانتشار الجارف للمذهب الإداري والتحول للسوق الاهتمام المتزايد بجودة الخدمات · فبدأ الاهتمام بالجودة يظهر في هونج كونج في فترة التسعينيات، فالجودة ، وضمان الجودة ، والمبادرات الإدارية ، والمسئولية ، والتنافسية ، التنوع ، ومؤشرات الأداء ، الكفاءة ، والفاعلية ، ومجالات التميز ، والاستقلالية ، والشفافية ·· كلها عوامل من الممكن أن تساهم في الارتقاء بجودة التعليم الجامعي ومخرجاته · ولهذا اتبعت هونج كونج نموذج التصنيع في التعليم الجامعي أو ما يعرف بنموذج "المدخلات – العمليات – المخرجات" "Inputs - Processes - Outputs model" وذلك بهدف الارتقاء بجودة التعليم الجامعي بهونج كونج ويقوم هذا النموذج علي ما يلي :

١– يعتبر الطلاب مدخلات "مضافة للقيمة" وعلي هذا فإن كلاً من الطلاب وعملية التدريس يصبحون كيانات مادية ، ومخرجات العملية التعليمية يتم تعديلها وعملية التعلم تتحول لتصبح نتيجة.

٢– وفقاً لنموذج "المدخلات – العمليات – المخرجات" تصبح الجامعات بمثابة مصانع وعمليات التشغيل بهذه الجامعات تكون بمثابة خطوط الإنتاج في المصانع ويتم الارتقاء بها كمؤشرات لضمان الجودة · والاعتماد علي مثل هذه الأنواع من مؤشرات ومزايا الإنتاج ، يمكننا من تميز الجامعات التي تتسم بالفاعلية عن غيرها من الجامعات غير الفعالة · أيضاً يمكننا من تحديد الجامعات ذات الجودة العالية ، وتلك التي تتدني فيها الجودة.

٣- يمكن اعتبار النظام الجامعي بأكمله سوقاً للسلع تحكمه "ثقافة الجودة" في هذا السوق يكون الطلاب ونتائج تعليمهم هم السلع أما الجامعات فهي مصانع ، أما الآباء وأصحاب العمل فهم المستهلكون الذين يختارن مصانع الجودة ويحددون منتجاتها النهائية · ولا سيما وأن هناك بعض التغيرات الموجودة في مطالب واحتياجات السوق والمنافسين أدت إلي تعقيد البيئة الخارجية لسوق التعليم العالي بهونج كونج.

إن تطبيق نموذج التصنيع في مجال التعليم الجامعي ينبغي أن يعي حقيقة مهمة وهي أن القرارات الخاصة "بالمدخل" (قبول الجامعات المختلفة من الطلاب) "العملية" (ما يحدث داخل الجامعة من جوانب) تتأثر بيئة المنزل وبيئة المجتمع ، فضلاً عن المعايير داخل الجامعة ، كل هذه أمور سياسية تتطلب عمليات من الاتفاق ، التفاوض ، التسوية ، حل صراع السلطة بين جماعات المصالح المختلفة في المجتمع من أجل الارتقاء بجودة التعليم الجامعي.

أما فيما يتعلق بحق العملاء وفقاً لنموذج "المدخلات – العمليات – المخرجات" فيبدو أن مذهب العميل Consumerism ذو أفضلية عليا لدي الطلاب الذين ينتمون لمستويات اجتماعية واقتصادية مرتفعة ، في حين أنه يفقد هذه الأفضلية لدي الطلاب الذين ينتمون لخلفيات فقيرة · فقوي السوق لن تؤدي بالضرورة إلي تعزيز التنوع ولكنها بدلاً من ذلك قد تشجع علي التحول إلي نموذج مفرد يولي اهتمامه لجذب العملاء وأفضل نوعية من الطلاب.

وفي محاولة للارتقاء بجودة التعليم الجامعي قامت هونج كونج بتطبيق آلية السوق في نظام التعليم الجامعي بحيث تصبح الجامعات علي درجة من الاستجابة والمسئولية تجاه الجمهور ومن ثم تسعي لتحقيق أداء ذي جودة أفضل · ويتطلب ذلك تبني سلسلة من الاستراتيجيات الإدارية مثل وضع خطط للتنمية ، إرساء القواعد والأهداف الواضحة ، وضع أنظمة مكافأة فريق العمل ، تمويل المكافآت والنمو المهني ، توسيع مدي مشاركة الآباء والمجتمع في إدارة الجامعة وزيادة مسئولية الجامعة تجاه المجتمع ، وتشارك الخبرات بين الجامعات ذات الخلفيات المتقدمة والتي تقع في دائرة الجودة·

ويتحقق ضمان الجودة عن طريق آليات ضمان الجودة الداخلية والخارجية في نطـاق الجامعة · الآليات الداخلية لضمان الجودة تشتمل علي الإشراف ومراقبـة الأداء التدريسـي لأعضاء هيئة التـدريس واستـخدام مـؤشرات الناتج والعملية لقياس "إضافة القيمة" Value addedness - في الجامعات · أما الآليات الخارجية لضمان الجودة فتشتمل علـي مراقبـة تأمين الجودة Quality Assurance Inspection من جانب هيئة التعليم بهـونج كـونج · والربط بين آلية التمويل والأداء التدريسي من حيث الكفاءة ، الفاعلية ، المسئولية.

ظهور المنافسة الداخلية :

ويرتبط بنموذج "المدخلات – العمليـات – المخرجـات" " - Inputs - Processes Outputs model" والذي يهدف إلى الارتقاء بجودة التعليم الجامعي بهونج كونج ظهور مـا يعرف بالمنافسة الداخلية والتي تمثلت فيما يلي :

١- الجودة وأبحاث التقييم :

قامت لجنة المـنح الجامعيـة (University Grants Committee (UGC بتقـديم آليات ضبط للقطاع الجامعي لضمان وتأمين الجودة · فعند تقديم التمويل الحكومي للجامعات ، أوضحت اللجنة أن الرسالة الأساسية لهذا التمويل هو الارتقاء بكفاءة وفاعلية الإنفاق · ومـن هنا ينتظر من مؤسسات التعليم العالي بهونج كونج أن تكون مسئولة عن القدر الأساسي مـن المال العام المنفق عليها · إضافة لذلك تركز اللجنة علي أن التعليم العالي بهونج كونج يدخل الآن مرحلة من القوة لذا يجب أن ينتقل التركيز من "الكمية" إلي "الجودة".

وأجرت لجنة المـنح الجامعيـة UGC اثنـين مـن أبحـاث التقيـيم Research Assessment ، كما أجرت بياناً تدقيقياً لجودة عملية التـدريس والـتعلم Teaching & learning quality process Audit خلال السنوات الماضية ، بهدف تقييم مـدي نجـاح مختلف المؤسسات في إدارة آليات المراقبة الذاتية والتقييم الذاتي فـي عملياتهـا وهياكلهـا الرسمية ، في الوقت ذاته أجريـت مراجعـات إداريـة Management Reviews لمـدة

ستين لتقييم الأدوار ، الرسالات ، الأهداف الأكاديمية ، اعتماد الموارد ، التخطيط الاستراتيجي وآليات عملية التمويل لمؤسسات التعليم لعالي ·

وفي أبحاث التقييم كان جميع أعضاء هيئة التدريس في مؤسسات التعليم العالي بمثابة "باحثين نشيطين" بما أن المنهج الجديد للتمويل يربط بين اعتماد الموارد والأداء ولذلك أصبحت الأبحاث والمنشورات معياراً مهماً لتحسين العقود وتجسيدها بل وحتي تجديدها وذلك إضافة لأهميتها في التدريس ، والإدارة ، والخدمات.. فلقد سادت متلازمة "النشر" في أكاديميات هونج كونج ولولا ذلك لما توفر لديها مؤشرات الأداء المتوفر لدي نظيرتها من الجامعات الأخري.

٢- مراكز التميز :

مجال آخر من مجالات السعي التي تنشط فيها لجنة المنح الجامعية UGC يختص بتعريف وتطوير "مراكز التميز" Center of Excellence بين مؤسسات التعليم العالي داخل الحرم الجامعي ففي نوفمبر عام ١٩٩٨ استقبلت اللجنة ما يقرب من ٤٠ طالباً من مؤسسات التعليم العالي ولكن لم يتم انتقاء سوي خمسة مراكز للتميز C. O. E. وبهذه الطريقة نشأت "منافسة داخلية" Internal Competition شديدة داخل قطاع التعليم العالي ، علي رأس المجالات الأخري للتنافس كان هناك التنافس في قبول الطلاب ، والتنافس في البرامج المستمدة من السوق ·· وهياكل المناهج في الجامعات مستمدة بدرجة أكبر من السوق ويتم توجيهها بصورة أكثر عملية من حيث مواجهة متطلبات سوق العمل.

وعلي ضوء مبدأ المنافسة الداخلية ، نجد أن مختلف الجامعات تقوم بوضع برامج مختلفة مستخدمة تكنولوجيا المعلومات بوصفها أفضل نقاط البيع ، وفي عام ١٩٩٩ قامت جامعة هونج كونج Hong Kong University بتقديم برامج - حتي يتكيف طلابها مع متطلبات سوق العمل - مدعومة من جامعات مختلفة بالتعاون إما مع القطاعات الصناعية أو بالتعاون مع القطاعات التجارية ، بل قد يتم تقديم برامج بالاشتراك مع جامعات أخري في الدول الخارجية.

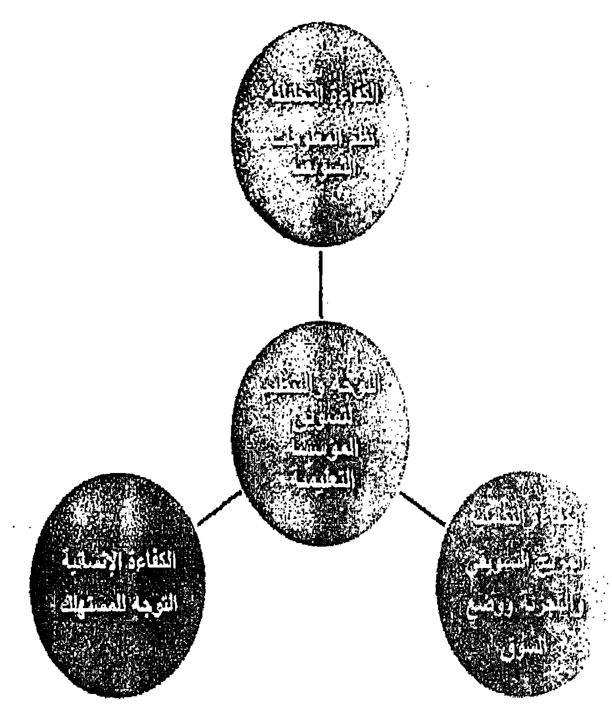
المذهب الإداري :

إضافة إلي ما سبق ، وبناء علي المبدأ التنافسي بين الجامعات ، فقد تغير نموذج إدارة القطاع الجامعي بشكل كبير ، فقد قامت كل مؤسسات التعليم العالي بتطبيق مقاييس الكفاءة في إدارتها . كما تم تطبيق نماذج "المراقبة الإدارية" ، وقواعد لجان ضمان الجودة ، وذلك لدعم ثقافة الجودة بين مؤسسات التعليم العالي وداخلها وأصبح مبدأ الحساسية تجاه السوق Market Sensitive هو المبدأ السائد بين مديري المؤسسات ومع التعرض للوائح الصارمة والمراقبة الخارجية بدأت هذه المؤسسات تتحدث عن "مكاسب الإنتاجية" Productivity gains "إنجاز الكثير بأقل النفقات doing more with less العمل بشكل أفضل وفريق عمل أقل ، ومقدار أقل من الموارد .

وبناء علي هذا فإنه منذ عام ١٩٩٥ كانت هناك زيادة في ساعات العمل المكلف بها المدرسون إذا ارتفعت النسبة بين أعضاء هيئة التدريس والطلاب من ١ : ١٢ ، لتصبح ١ : ٢٠ . وأصبحت التقنيات المؤقتة والتدريس المؤقت تكتيكاً عاماً . واستطاعت الجامعات أن تعوض النقص التمويلي الحكومي عن طريق أموال الأبحاث التي تصلها من الودائع أو من الصناعة وأيضاً عن طريق تأمين الرعاة الذين سيقومون برعاية أنشطة معينة . هذا بالإضافة إلي الحقول الاستشارية واقتحام أنشطة الأعمال والأنشطة التجارية بهدف الحصول علي مصادر دخل إضافية لدعم التطويرات التعليمية - هذه التغيرات أوضحت أن أفكار وتطبيقات المذهب الإداري managerialism أثر بشكل كبير في كل من قطاعات التعليم العالي في هونج كونج.

هكذا فإن الارتقاء بجودة التعليم الجامعي في هونج كونج تتطلب ضرورة تبني منهج موجه نحو السوق لإدارة التعليم بالإضافة للمذهب الإداري الذي يسهل الطريق أمام الكفاءة والفاعلية في توصيل الخدمات التعليمية في هونج كونج . ولذلك تتطلب الإدارة التسويقية للتعليم الجامعي بهونج كونج مجموعة من الكفاءات يمكن توضيحها من خلال الشكل التالي:

شكل (٨) يوضح الكفاءة المطلوبة لإدارة التسويق الجامعي بهونج كونج



علي ضوء هذا الشكل نلاحظ أن هنــاك ثــلاث كفــاءات أساســية لإدارة التســويق الاستراتيجي للتعليم الجامعي بهونج كونج وهي :

١- الكفاءة التحليلية Analytical competence : تأخذ هذه الكفاءة في اعتبارها تحليل الإمكانيات المادية (الكمية) والكيفية للتسويق.

٢- الكفاءة الإنسانية Humanistic competence: وتعكس التفاف التســويق للثقافــة الداخلية لتوجه العميل في المؤسسة الجامعية.

٣- الكفاءة التكاملية Integrative competence : تتيح للجامعة فحص اســتراتيجيات التسويق للمؤسسات المنافسة حتي تتمكن الجامعة من تحديد اختياراتهــا الخدميــة ، الأسواق المستهدفة ، والعلاقات مع المنظمات الأخري.

٤- بالإضافة الى ذلك تطالعنا أحد نتائج الدراسة التي اجراها Alan C.K. Cheung وزملائه عام ٢٠١١ م عن استراتيجيات وسياسات للتعليم العالي بهونج كونج فـي اسواق اسيا بضرورة إنشاء مكاتب خارجية للنشر وتزويد الطلاب المحتملين وابائهم بالمعلومات التعليمية المهمة في اسواق اسيا المختارة.

نموذج جامعة ماكو Macau University لتسويق مخرجاتها وخدماتها الجامعية

تقوم جامعة ماكو الصينية بتقديم خدماتها التسويقية للطلاب من خلال اتجاهين أساسيين يقوم بهما مكتب شئون الطلاب SO Student Affairs Office وهما علي النحو التالي :

أولاً خدمات التوجيه المهني Career Guidance Services وتتضمن الأتي :

١- الإرشاد الوظيفي Job Counseling :

يقوم مكتب شـئون الطـلاب Student Affairs Office (SO) بتنظـيم معـارض لمجالات الأعمال ، ولقاءات ، وجلسات تبادل للخبرات تعرف الطلاب بظروف سوق العمـل الجاري ، وتقيم روابط بين الطلاب وأصحاب العمل ، وتساعد الطلاب فـي العثـور علـي الوظائف الملائمة .

٢- خدمة الوساطة Intermediary Service :

يقدم مكتب شئون الطـلاب Student Affairs Office (SO) خـدمات التسـجيل الوظيفي لمساعدة الطلاب الذين يرغبون في الحصول علي وظائف بعض الوقت أو وظـائف الوقت الكامل لدي أصحاب الأعمال ممن لديهم فرص عمل شاغرة .

٣- فرص التداخل Internship Opportunities :

ينظم المكتب Student Affairs Office (SO) برنامجاً للشـراكة للطـلاب الـذين يرغبون في فهم العمليات اليومية التي تتم في المشروعات بشكل واقعي والذين يرغبون فـي اكتساب خبرة عملية لا تقدر بثمن وأيضاً اكتساب مهارات فائقة .

ثانياً خدمات الإرشاد Counseling Services ويقدم (So) الخدمات التالية :

١- الإرشاد التربوي Educational Counseling :

- استكشاف الأهداف التربوية ، الدافعية ، الاتجاهات .

- تعلم كيفية تحقيق النجاح في الكلية ·
- وضع خطط أكاديمية عامة للطلاب الذين لم يحددوا اختياراتهم بعد ·
- تحديد عقبات النجاح الأكاديمي وتخطيها ·
- إدارة الوقت ، ترتيب الأولويات ، الدراسة بفاعلية ·

٢- الإرشاد المهني :

- زيادة فهم القيم ، احتياجات الشخصية ، المهارات ، القدرات ·
- اكتساب المزيد من المعلومات عن عالم العمل ·
- اتخاذ القرارات بفعالية ·

٣- إرشاد الانتقالات الحياتية :

- عبور الانتقالات الحياتية بفعالية :
- توازن الأدوار ، الالتزام في المواعيد ، المسئوليات ·

٤- استبيان الميول The Strong Interest Inventory :

وهو مقترح للاستخدام مع أي فرد يحتاج للمساعدة عند اتخاذ القرارات التي تتعلق بمجال العمل أو أسلوب الحياة : لهذا المقياس تاريخ طويل في المصداقية كما أنه واحد من أكثر أدوات التقييم استخداماً في مهنة الإرشاد ·

٥- مؤشر الفئات (ميرز - بريجز) The Myers Briggs Type Indicator :

يستخدم في الإرشاد المهني ، تكوين الفريق ، حل الصراع ، تطوير الإدارة ، النمو الشخصي ، وهو أكثر الاستبيانات الشخصية استخداماً في جميع أنحاء العالم ·

مركز الدراسات المستقبلية وخدمات التعيين Future studies and placement center:

وقد تم استحداث مكتب شئون الطلاب وتغير مسماه إلى مركز الدراسات المستقبلية وخدمات التعيين وأصبح يهدف إلى توفير مزيد من فرص الدراسة للطلاب و تقديم خدمات التعيين والوظائف المرتبطة بحلقات العمل التدريبية والبرامج وتقديم المشورة والنصح لزيادة اهتماماتهم في متابعة الدراسات العليا وتعزيز قدرتهم التنافسية في سوق العمل. ويقوم المركز بتقديم خدمات الإرشاد المهني والوظيفي لتحقيق الأهداف التالية:

- مساعدة الطلاب في التخطيط لحياتهم المهنية.
- تطوير ثقة الطلاب في البحث عن وظيفة .
- مساعدة الطلاب في إعدادهم لبيئة العمل الواقعية.
- توعية الطلاب بالفهم الصحيح لبيئة العمل.

أولاً: خدمات الإرشاد والتوجيه المهني Career Guidance Services على النحو التالي:

- ورش عمل التدريب الوظيفي Career Training Workshops: ويتم تنظيمها في كل فصل دراسي من أجل تعزيز مهارات الطلاب والقدرة على المنافسة في مجال التطوير الوظيفي. وتتناول مواضيع مثل: التخطيط الوظيفي ، وكتابة السيرة الذاتية ومهارة المقابلة الشخصية و آداب الأعمال الإدارية والمواضيع الأخرى ذات الصلة.
- نظام التدريب المهني Internship Arrangement ويتيح نظام التدريب المهني للطلاب الفرصة في اكتساب خبرات العمل وتطبيق معارفهم الأكاديمية في ممارسات حقيقية كما يعزز التدريب المهني مهارات التقدير الذاتي للطلاب ، والنضج والمهارة الشخصية.
- خطة الإرشاد للخريجين Mentorship alumni scheme:وتهدف هذه الخطة إلى توفير فرصة للطلاب للتفاعل مع والتعلم من الخريجين. فالخريجون بمثابة مرشدين لتبادل الخبرات الحياتية مع الطلاب ، وتبادل القصص الناجحة في الدراسة الأكاديمية والتطوير الوظيفي.
- معارض ومحادثات التوظيفCareer fair and Talks تقام هذه المعارض سنوياً لتزويد الطلاب بالمعلومات اللازمة عن فرص العمل، كما تقوم الشركات بالمحادثات المهنية لتزويد الطلاب بأحدث المعلومات عن فرص العمل. ويتم الإعلان عن تواريخ هذه المعارض على نشرة الطالب الإلكتروني.
- النظام الالكتروني للحصول على وظيفة شاغرةJob Vacancy E-system . ويعتبر هذا النظام الإلكتروني بمثابة منبر لأرباب العمل لوضع المعلومات عن وظائفهم الشاغرة وكذلك للطلاب للبحث عن فرص وظيفية ويستطيع كل من

الطلاب وأرباب العمل الوصول لهذا النظام الشبكي عبر الموقع الالكتروني التالي https://isw.umac.mo/sjv/signIn.do

- المكتبة المهنية Career Library المكتبة المهنية في مركز الدراسات المستقبلية والتعيين توفر العديد من الكتب المرجعية المتصلة بالتخطيط والتطوير الوظيفي وفي نفس الوقت يمكن للطلاب الوصول الى مكتبة الوظائف الكترونية والتي تحتوى على معلومات عن الشركات تفوق ٤٠٠٠ شركة وأكثر من ١٠٠٠ مقالة حول الإرشاد المهني و اكثرمن٥٠ دليل عن الإرشاد المهني ويمكن الطلاب الدخول مجانا على الموقع عبر الموقع .
- الارشاد / النصح المهني Career Counseling / Advising يقدم مركز دراسات المستقبل والتعيين خدمة المشورة والنصح الفردي والجماعي لمساعدة الطلاب في التخطيط لحياتهم المهنية. ويمكن للطلاب إجراء عملية تقييم لاهتماماتهم المهنية والشخصية لفهم أنفسهم بشكل أفضل واستكشاف اهتماماتهم المهنية.

ثانياً عملية التخطيط المهني : يقوم المركز بمساعدة الطلاب في القيام بعملية التخطيط المهني على النحو التالي:

- فهم الذاتSelf understanding الفهم الجيد للذات يضع الطالب في وضع أفضل لاتخاذ القرارات التربوية وتقييم البدائل الوظيفية التي هي الأكثر مناسبة لهم .وتشتمل عملية فهم الذات على تقييم قدرات الطلاب ، ومصالحهم والقيم ونمط الحياة المفضل ، والشخصية ، وما إلى ذلك.
- فهم سوق العمل.Job Market عند اتخاذ الخيارات الوظيفية ، فمن مسؤولية الطالب معرفة المزيد عن الصناعة وطبيعة العمل ومتطلبات العمل. فهناك الكثير من الموارد وقنوات المعلومات المتاحة لمساعدة الطلاب في الحصول على أحدث المعلومات حول سوق العمل.

- التقييم الذاتى Self evaluation قبل اتخاذ الاختيار الـوظيفي ، يجـب أن يعرف الطالب أهم العوامل الحاسمة التي قد تـؤثر علـى قـراره ومنهـا الاهتمامات، القدرات ، طبيعة الوظيفة ، خصائص الشركة ، القيم الشخصية وغير ذلك.
- وضع خطة مهنة Setting Career Plan بمجرد الانتهاء من تحديد الهدف الوظيفي ، يجب وضع خطة للمهنة لمتابعة المهنة المطلوب الحصول عليها. ويتطلب ذلك تحديد ما اذا كان هناك حاجة الى تدريب خاص مثل التـدريب على مهارات المقابلات الشخصية ، و مهـارات الكتابـة ، والمهـارات الإدارية و آداب المهنة ، أي وضع قائمة من كافة العناصر والإجـراءات التي يمكن اتخاذها في محاولة الحصول على الوظيفة.
- الإعداد للمهنة Career Preparation : بمجرد الانتهاء من فهـم أفضـل لطبيعة سوق العمل الحالية و الإعداد الجيد للمهنة يمكن البدء في البحث عن الوظيفة.

نموذج المملكة المتحدة

أحد المبادئ الرئيسية للتعليم الجامعي التي أوضحها "تقرير روبنز" Robbin's Report عام ١٩٦٣ هو النص علي ضرورة توفير مكان في التعليم العالي لكل من لديه القدرة والرغبة للاستفادة منه الأمر الذي أدي إلي زيادة الطلب علي التعليم العالي بالمملكة المتحدة ، وزيادة أعداد الطلاب الملتحقين بالتعليم العالي ، بالإضافة إلي زيادة أعداد المؤسسات الجامعية · والعمل علي تزويد الطلاب بالتعليم القائم علي احتياجات السوق والتوجه نحو المستهلك ، لأن استجابة مؤسسات التعليم العالي للسوق هي بمنزلة البقاء Survive لهذه المؤسسات ولا سيما في عصر التطور التكنولوجي وثورة الاتصالات والمعرفة المتزايدة في المجتمعات الصناعية.

ولذلك دخلت الخصخصة والتسويق في مجال التعليم الجامعي بالمملكة المتحدة منذ فترة الثمانينيات بإيمان بأن هذه العمليات سوف تجعل القطاع العام أكثر فعالية وكفاءة ومسئولية تجاه الشعب ، وسوف تجعله أكثر قدرة علي الاستجابة للمطالب المتغيرة للجمهور · إضافة إلي ذلك دفعت الجامعات إلي تعويض نقص التمويل من جانب الحكومة عن طريق رفع تكلفة البحث الصادرة عن البنوك أو عن الصناعة وأيضاً عن طريق تأمين رعاية أنشطة معينة وهكذا.

وضمان الجود ة في التعليم كان وراء ظهور المراقبة المؤسسية Institutional Auditing في المملكة المتحدة ، وقد صاحب ذلك تحولات Transformations في أساليب التقييم حيث كانت هذه الأساليب قائمة علي أساس المراقبة الذاتية التي تطلبت ضرورة وجود رجال الأعمال ودعم دورهم في الجامعات حتي يكونوا علي صلة مباشرة بمتطلبات سوق العمل الأمر الذي يؤدي إلي الفعالية والجودة في مخرجاتها الجامعية · ولذلك اتبعت الجامعات بالمملكة المتحدة عدة نماذج لتسويق تعليمها الجامعي ومخرجاته تقوم علي الجودة ، ومشاركة أصحاب الأعمال ، تنظيم المشروعات ، آليات السوق · وتستخدم الجامعات في المملكة المتحدة عدة نماذج لتسويق التعليم الجامعي ومخرجاته من أهمها ما يلي :

نموذج الجودة والمؤتمنين (أصحاب المصالح) Quality & stakeholder Model :

في ظل تحقيق إدارة الجودة الشاملة في جامعات المملكة المتحدة ،أصبح محور الاهتمام الرئيسي هو المستهلك ، ويتم تطوير الخدمات والمنتجات الجامعية لإرضاء المستهلك ، والمستهلك هو الشخص الذي سيقوم بشراء المنتج الجامعي واستخدامه ، ويقوم بالحكم علي مستوي جودة الخدمة الجامعية التي يدركها بالفعل ولذلك تضمن هذا النموذج عدة مداخل لتحديد المستهلك الذي تقدم له الخدمات الجامعية :

أ- مدخل المنتج / العملية Product / Process approach :

والمنتجات هنا يطلق عليها الخريجون ، والمواد الخام اللازمة لهذه العملية يتم الحصول عليها من مصادر متنوعة ، إلا أن المصدر الأساسي هو المدارس التي تقدم مقررات المستوي المتقدم A Level Courses ، وفي السنوات الأخيرة طرأت زيادة كبيرة علي سعة نظام التشغيل ، ومن ثم تزايد الطلب علي قاعدة الإمداد ، وقامت العديد من وحدات التشغيل (الجامعات) باستثمار مصدر آخر للإمداد مثل الطلاب الكبار ، الطلاب ذوي الخبرة الصناعية أو التجارية أو المنتجات الأخرى لقطاع التعليم الثانوي · ويتم وفقاً لهذا النموذج قياس جودة المنتجات بشكل فردي ويتم تصنيفهم تحت (مستوي أول ، مستوي ثان) ·

وفي هذا النموذج يمكن تحديد المستهلك بسهولة · من الذي يقوم بشراء المنتج ؟ ؛ المشتري الأساسي هو صاحب العمل وعلي هذا الأساس ، يصبح في نموذج المنتج / العملية التعليم الجامعي عملية تحويل يتم من خلالها تحويل المدخلات القادمة من عدد من المصادر إلي منتجات مقاسة الجودة يتم بيعها إلي المستهلك وهو صاحب العمل.

ب- مدخل الخدمة / العملية Service / Process approach :

وهو نموذج بديل يتبع نمط التشابه بين الصناعة والخدمة الجامعية · فالتعليم هو الخدمة والأفراد الذين يرغبون في تحسين مستواهم التعليمي (الطلاب) يمكن شراء كميات كافية من هذه السلعة لنقل أنفسهم لمكانة الخريجين ، منظمات غير محدودة (الجامعات) متاحة

في السوق تقدم الخدمة بأشكال عديدة التنوع · يمكن أن يحصل المستهلكون علي هذه الخدمات بطريقة مباشرة أو عن طريق آخر.

جـ- مدخل المؤتمنين (أصحاب المصالح) The stakeholder approach :

ويقوم هذا النموذج علي تحديد (الملاك أو المؤتمنين ، أصحاب المصالح) في التعليم الجامعي ، فقد توصل ريفيل Revill إلي أن هناك عشرة مجموعات من المؤتمنين وأصحاب المصالح علي النحو التالي :

١- الطالب : وهو المنتفع المباشر من عملية التحويل ، وهو المستهلك في كل من نموذج الخدمة ، ونموذج العملية / المنتج ، فالطالب يمول العملية سواء بطريقة مباشرة أو بشكل غير مباشر.

٢- صاحب العمل : منتفع غير مباشر من العملية يحتاج إلي فريق عمل مدرب وهو علي استعداد للدفع في مقابل ذلك ، فهو المشتري الذي يشتري المنتج في نموذج المنتج ·

٣- الأسرة وعائل الطالب : يجمع ذلك بين آباء الطلاب وعائلاتهم فكلاهما يمكنه الإسهام في نفقات العملية.

٤- الجامعات وموظفوها : كتلة أخري تضم الجامعة بوصفها كياناً ، والموظفين الذين تقدم لهم الجامعة سبيل العيش.

٥- مقدمو السلع والخدمات للجامعات : قابلية التطبيق المستمر في الجامعات أمر مهم للمنظمات التي تعتبر الجامعة مستهلكاً.

٦- قطاع التعليم الثانوي : مقدمو المُدخل لنظام الجامعة ، مقدم المدخل في نموذج المنتج ومقدم المستهلك في نموذج الخدمة ·

٧- جامعات أخري : هؤلاء لهم وجودهم في النظام الأكبر للمصالح وهم منافسون للجامعة ·

٨- التجارة والصناعة : هؤلاء يعدون من المنتفعين ولكن بشكل غير مباشر ·

٩- الأمة متمثلة في الحكومة : من المقبول بشكل عام أن التعليم في أي مستوي من مستوياته له فائدته الأساسية في رخاء الأمة ·

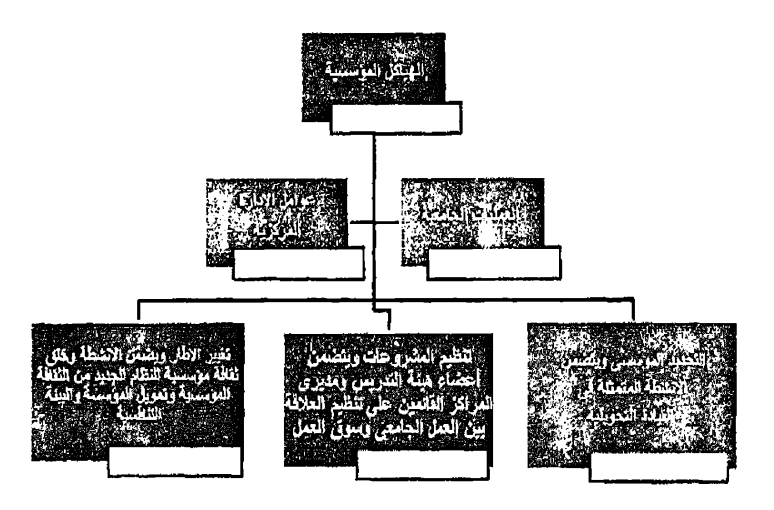
١٠- دافعو الضرائب : إذا كانت الأمة منتفعاً عاماً من مخرجات التعليم العالي ، فإن دافعي الضرائب هم الذين يدفعون الفاتورة ، سواء كان ذلك عن طريق الضـــرائب القومية أو الضرائب المحلية ٠

لدينا إذن عشر مجموعات من المؤتمنين (الملاك) ، فهم من يدفعون أو يساهمون فـــي المؤسسة الجامعية ومنهم من يستفيد منهما أو كلا الأمرين.

٢- نمـــوذج الجـامـعـة المقاول Entrepreneurship University وتنظيم المشروعات :

عندما تكون الجامعة في مرحلة إعادة تقييم لمركزها التنافسي في الســوق ، وعنـدما تحاول تطبيق استراتيجيات السوق لجلب النفع علي المدي الطويل ، يصبح هنــاك مســتوي معين من الإثارة والمقاومة بين فريق العمل بهده الجامعة فيري كل من ليو Liu ودوبينسكي Dubinsky عام ٢٠٠٠م أن (المؤتمنين أو الملاك) الداخليين بالمؤسسة يجب أن يتبنوا تفكيراً موجهاً نحو السوق ٠ فالتركيب البنائي للجامعة المقاول وتنظيم المشروعات علـــي مســتوي المؤسسة الجامعية يمكن توضيحه في الشكل التالي :

شكل (٩) يوضح عملية التخطيط التسويقي للجامعات باستخدام نموذج الجامعة المقاول



نلاحظ علي النموذج السابق أنه أصبح ينظر إلي الجامعات بالمملكة المتحدة علي أنها مشاريع كبري أو مؤسسات اقتصادية وقد يكون هناك من أوجه الشبه بين المؤسسات والجامعات ، واعتبار الجامعة مؤسسة اقتصادية أو الجامعة المقاول entrepreneurial university يمر بمراحل ثلاثة أساسية وهي :

١- المجازفة المؤسسية **Institutional venturing** :

الإدارة المركزية في العديد من الجامعات ومنها جامعة Rober Gordon univ. (RGU) شجعت علي تأسيس مراكز بحثية تقوم بالشراكة مع الشركات وأصحاب الأعمال من خلال القيام بالبحوث الخارجية أو تقديم الاستشارات للمشروعات المختلفة في المجتمع، بل الأمر الأكثر من ذلك أن هذه المراكز يعلن عنها جيداً في المنشورات المؤسسية ففي جامعة RGU نجد أن الأنشطة المدرة للدخل في الجامعة تقوم بتنفيذها الوحدات الأساسية التي تشمل مشروعات الأعمال مثل (مركز الفنون ، حديقة العلوم ، ومراكز التدريب ، ومكاتب اجتذاب الطلاب ، ووحدات الاستشارات ، والبحث الأكاديمي).

٢- التجديد المؤسسي Institutional renewal : .

عند مواجهة مستوي مكثف من المنافسة ، يلجأ القادة الأكاديميون في الجامعات إلـــي تجريب سياسات جديدة في المؤسسة الجامعية لتشجيع التجديد في التعليم الجـــامعي ، ولـــذا قامت جامعة Warwick EIG بتخطيط ومراقبة جميع الأنشطة التي تدر دخلاً يشمل جميـــع الفئات التي لا يمولها مجلس تمويل التعليم العالي بانجلترا Higher Education Funding Council of England (HEFGE) وهذا التمويل في المسئوليات الإدارية يعكس جهد القائد في غرس ثقافة الجامعة المقـــاول Entrepreneurial لتنظـــيم المشـــروعات · فمســـتوي المركزية وثقافة المشروعات القائمة تعدل التجديد المؤسسي وهو ما يتطلب من قـــادة الإدارة المركزية أن يستبدلو إعدادات الموارد وأن يتبينوا قيادة تحويلية تؤمن بالفكر المنظمي والذي يقتصر دوره علي التخطيط والمتابعة ·

٣- تغير الإطار Frame-breaking change :

تغير الإطار في الجامعة يستلزم بناء نظاميا قيماً ومؤسساً مشتركاً وخلق ثقافة مؤسسية جديدة للمؤتمنين (الملاك) الداخليين فالمؤسسات الجامعية بالمملكة المتحدة ميـــزت أعضـــاء هيئة التدريس المهتمين بالتغيرات الاقتصادية والاجتماعية لأنهم بمثابة الوكلاء agents الذين يعملون علي إيجاد العلاقة بين الشركات التجارية والمؤسسات الأكاديمية المبنية علي البحـــث وعلي أنشطة Entrepreneurship وتنظيم المشروعات ، ولذلك تبنت جامعـــة Warwick EIG سياسات وبرامج جديدة تلاءم التغيرات في سوق العمل والبيئة التنافسية .

مـــداخـــل الانـــتـــروبـــرونـــورز Entrepreneurial لـــتـــشـــجـــيـــع التشغيل الذاتي وتمويل التعليم والتدريس :

من مداخل الجامعة المقاول التي اتبعتها المملكة المتحدة للتوجه نحو الســـوق ، وغـــرس ثقافة المشروعات بهدف التشغيل الذاتي ، وإيجاد مصادر بديلـــة للـــدخل تســـمح للجامعـــات بالتطوير بدلاً من الاعتماد علي التمويل العام فقط ومن هذ المصادر ما حدده كل من ماريان كولمان وليسلى اندرسون Marianne Coleman & Lesley Anderson علـــى النحـــو التالى :

١- زيادة التمويل Fundraising :

إن زيادة التمويل عن طريق الأنشطة الخارجية مثل الحفلات ، الأحداث الاجتماعية ·· يعد أكثر الطرق التقليدية التي عن طريقها تتمكن الكليات إدرار الدخل ، وعــادة مــا يكــون الهدف هو إيجاد مصدر للدخل يوفر للكلية دعماً مادياً يمكن من خلاله دعم الأنشطة الخاصة والأنشطة الإضافية - في بعض الأحيان - تنشأ مشروعات إدرار الدخل لهدف محدد مسبقاً .

٢- المشروعات Enterprises :

إضافة للأنشطة السابق ذكرها ، يمكن أن تتبنى الكلية مشروعات أعمال خاصة بها ، يمكن من خلالها إيجاد مصدر للدخل علي أسس منتظمة ، وهذا يؤكد الارتباط الوثيــق بــين التعليم والعمل · ويتطلب ذلك الحصول علي الدعم من الشركات وهناك عدة أسباب وراء هذا الدعم منها ما يلي :

- ينطبق ذلك الدعم مع سياسة هذه الشركات الخاصة بدعم المجتمع المحلي ·
- ينطبق ذلك الدعم مع استراتيجيات الدعاية والتسويق في هذه الشركات ·
- هناك اتصال وثيق بين الشركة والكلية ·
- العديد من الموظفين لهم أبناء في الكلية ·
- المسئولون الأساسيون في الشركة كانوا طلاباً سابقين أو آباء سابقين ·
- هذا الدفع ينفع بيئة العمل ·
- يمثل هذا الدعم التزاماً بتكافؤ الفرص ·
- يساعد هذا الدعم في عقد صفقات تجارية مع الكليات ·
- هذه الشركة مجبرة علي الدعم لأنها من ممولين الكلية ·

٣- الرعاية Sponsorship :

تشتمل الرعاية التي تتبناها الشركة علي فائدة كبيرة نظير الإشراف المادي لما تقدمــه من رعاية وتشمل هذه الفوائد علي ما يلي :

- الاعتراف برعاية الشركة في لوحة كبيرة توضع في الجامعة ·
- تمكين الشركة من عرض بعض منشورات عن منتجاتها ·

- الإشادة بالشركة كل عام في مجلة الكلية ·
- دعوة مدير الشركة تضيف شرف في أيام الحفلات والمسابقات ·
- يمكن لفريق العمل أن يستغل التسهيلات الموجودة بنفقات مخفضة في أوقات معينة.
- هذا بالإضافة إلي الفائدة المتبادلة والتي تعود علي الجامعة وتتمثل في :
  - مشورة الخبراء بخصوص المنتجات الجامعية ·
  - تستطيع الجامعة عن طريق ذلك تسويق منتجاتها وخريجيها ·

٤- المتبرعون **Benefactors** :

الآباء ، الطلاب السابقون يمكن أن يصبحوا مصدراً من مصادر تمويل الجامعة عن طريق تقديم التبرعات ، ودعم أنشطة جمع الأموال ، وتوقيع عقود بأحد الأعمال كوسيلة لدعم الجامعة ، وعلي نفس النحو يمكن تشجيع الطلاب السابقين علي الالتزام تجاه جامعاتهم من خلال رابطة الطلاب أو الخريجين السابقين.

٥- الشراكة **Partnership** :

العلاقات طويلة المدي قد تنشأ من تأسيس شراكة بين الشركة والجامعة ، تكمن قيمة هذه الشراكة في أنه بمضي الزمن يمكن الوصول إلي الثقة المتبادلة بين ثقافات واستراتيجيات كلا الطرفين ، وهو ما يؤدي إلي محاولة كل منها إلي السعي وراء فتح سبل للعمل سوياً لتحقيق فائدة متبادلة ومن أساليب الشراكة بين الجامعة والشركات ما يلي :

- تأسيس اتصالات طويلة المدي بدلاً من المطالبة الباردة ·
- تأسيس اتصال مع المدير أو رئيس مجلس الإدارة أو من يساويهما منصباً ·
- استخدام الشبكات ووسائل الاتصال القائمة لتذويب الفواصل بين التجارة والتعليم الجامعي ·
- اشتراك الجامعات في الغرفة التجارية المحلية ·
- استعارة القوي العاملة ورجال الأعمال ذوي المهارات الخاصة وهي شكل من أشكال الرعاية ·
- تشجيع الشركات علي تقديم المعدات الفائضة عن حاجتها للجامعات ·

٣- نموذج قوي سوق التعليم العالي :

إن المقصود بقوي السوق هو الوسائل الفعالة لتحسين التلاؤم بين الخدمات التي يقدمها نظام التعليم العالي وبين احتياجات المنتفعين بهذه الخدمات واحتياجات مموليها ، فقوي السوق هي تلك العوامل التي تؤدي إلي فاعلية السوق ٠ والسوق سواء كان في التعليم العالي أو في مجال آخر له سمتان رئيسيتان وهما السمة الأولي : أنه يسمح للأفراد بإبداء اختياراتهم واحتياجاتهم والتي تمثل نقلاً لإشارات السوق ، والسمة الثانية : أنه يعطي للآخرين الباعث علي الاستجابة لهذه الإشارات وإرضاء هذه الاحتياجات ٠ وللتعليم العالي بالمملكة المتحدة أسواق تتميز بما يلي :

أولاً : أنها تنشد اجتذاب طلاب لدراسة مقرراتها ٠

ثانياً : أنها تتاجر بخدماتها مع العالم الخارجي حيث تمده بخريجين مؤهلين ، كما تمده بالخدمات البحثية والاستشارية المقدمة إلي مدي واسع من المنظمات التجارية والعامة ٠

ثالثاً : مؤسسات التعليم العالي لها أسواق داخلية حيث تقوم بتعيين فريق عمل وتقوم بتخصيص الموارد داخل منظماتها ٠ وعلي ضوء ما سبق ، نلاحظ أن هذا النموذج يقوم علي محورين رئيسيين هما :

أ- البيع لأصحاب العمل ٠

ب- التعليم العالي كسوق داخلية ٠

أ- البيع لأصحاب العمل :

لا يقوم التعليم العالي طبعاً ببيع خريجيه لأصحاب العمل نقداً ، فأصحاب العمل يسهمون فيه من خلال ضرائبهم ولكن ما يدفعونه لا يقدر أمام أعداد الخريجين الذين يوظفونهم ٠ إن نفقات التعليم العالي تشكل عبئاً علي عاتق الشركات ، فلا توجد آلية قائمة يستطيع أصحاب العمل من خلالها دفع التكلفة الحقيقية للخريج الذي يوظفونه ٠ هذه السمة التي تتسم بها سوق عمل الخريج هي نتيجة للدعم المالي العام للتعليم العالي الذي يرتكز في جزء منه علي الفوائد المفترضة التي يسجلها الخريج علي الاقتصاد ، هذه الفوائد يجنيها أصحاب العمل من خلال تعيينهم للخريجين ومن خلال تقديرهم للخريجين الذين يسمون علي تقدير العمال الآخرين من أصحاب المؤهلات الأقل، فينتظر من أصحاب العمل أن يظهروا احتياجاتهم من خلال نقل مؤشرات السوق الملائمة من حيث الدفع ، جهود التوظيف ، جودة

الوظيفة ، واحتمالات مجال العمل ، وإنه لمن صالح أصحاب العمل أن يقوموا بذلك ، فـإذا كان هناك نقص في خريجي الهندسة في المملكة المتحدة ، ألا يمكن أن يكون لـذلك علاقـة بمؤشرات السوق المنقولة إلي الطلاب المستقبليين عن طريق صناعة الهندسة · فتلك الجهود التي يقوم بها أصحاب العمل جعلت مجالات عملهم أكثر جذباً للشباب ·

ب- التعليم العالي كسوق داخلية :

يتطلب التعليم العالي كسوق داخلية بالمملكة المتحدة ، التجديد المستمر في تصميم المنـتج وفي مظهر السلع والخدمات الجديدة ، فلقد أصبح نظام التعليم العالي شديد الاختلاف لذلك فقد أوصي تقرير Robbins بتنوع الدرجات العلمية القاصرة علي إخراج تخصصات أكاديميـة محدودة المجال من حيث الطلب عليها · وليس من اختصاص الحكومـة أن تحـدد بيئـة أو محتوي المقررات ، حيث يجب أن تكون هذه المهمة متروكة للحرية الأكاديميـة وأن تكـون موجهة نحو إحراز التقدم في نظام موجه بشكل أكبر نحو السوق ، وينبغي أن تكون الزيـادة في أعداد الطلاب مصحوبة بالتجديد في تصميم المقرر مع التأكيد علي مزيد من المرونة بما يحقق المنافسة الداخلية بين المؤسسات بعضها البعض للوصـول إلي مـستوي عالٍ مـن الجـودة الأمر الذي يتطلب أن يقرر الطلاب ، أصحاب العمل ، وأيضاً المؤسسـات مـا إذا كانت هناك نظم أحدث تتلاءم مع آليات السوق والمنافسة أكثر من النظم التقليدية ·

نموذج تطبيقي لجامعة ويست منستر Westminster University الإنجليزية لتسويق مخرجاتها وخدماتها الجامعية

يقوم مركز خـدمات مجـالات العمـل وتوظيـف الطـلاب Career & Student (Employment Services (CASES بتقديم مدي واسع من الخدمات المستحدثة لطـلاب جامعة Westminster وتشمل هذه الخدمات ما يلي :

أولاً : خدمات متاحة للطلاب **Services Available to Students** وتتنـاول المجـالات التالية :

١- استشارة مجالات العمل ·

٢- برامج تطوير مجالات العمل ·

٣- خدمات توظيف الخريجين ·

٤- مركز موارد مجالات العمل ·

٥- الخط المفتوح لموارد مجالات العمل – شبكة خدمة العمالة ومجالات العمل ·

١- استشارة مجالات العمل Careers Counselling :

تقوم خدمة استشارة مجالات العمل بتقديم العـون للطـلاب مـن خـلال تعـريفهم بالقـرارات الخـاصة بمجالات الدراسة والعمل ، والإعداد لسوق العمل وتخطـيط الحيـاة المهنية · كما يمكن تحديد موعد لمقابلة مستشار مجال العمل عن طريق التليفون ·

ويقوم مستشارو الطلاب في أي مقر من مقار الحرم الجامعي لجامعة Westminster بتقديم المشورة الخاصة بمجالات العمل ، وتحديد المواعيد يتم عن طريق الاتصال إما بمركز خدمات الطلاب أو بمستشاريهم داخل الحرم ·

٢- برامج تنمية مجالات العمل Careers Development Programs :

تقدم خدمة العمالة ومجالات العمل مدي واسع من ورش عمـل الإعـداد الـوظيفي المجانية المصممة لمساعدة طلاب جامعة Westminster في الإعداد لسوق العمل · وتشمل ورش العمل المقدمة ما يلي :

- إعداد طلبات العمل المهنية Professional Written Application ·
- فنيات وإعداد المقابلة ·
- الاستراتيجيات الإبداعية للبحث الوظيفي ·

٣- خدمة تعيين الخريجين Graduate Employment Service :

تقدم خدمة العمالة ومجالات العمل للطلاب فرصة الاحتكاك بمدي واسع من فـرص تعيين الخريجين التي تغطي مساحة عريضة من مجالات الدراسة والوظائف · فالعديـد مـن مشاهير أصحاب الأعمال يروجون لبرامج التخرج خلال خدمة التعيـين ومجـالات العمـل المتاحة بجامعة Westminster · والعديد منهم يبدأ حملات التعيين مبكراً في بداية سـبتمبر وبالتالي يجب علي الطلاب أن يبدأوا البحث عن وظائف التخرج في بداية السنة النهائية لهـم بالجامعة ·

٤- مركز موارد مجالات العمل Careers Resource Center :

يضم مركز موارد مجالات العمل مدي متنوع من الموارد (المطبوعة والمتاحة علي شرائط الفيديو) وذلك لمساعدة الطلاب في تنمية معارفهم الخاصة بمجالات العمل وبإعداد الخريجين لسوق العمل · وتدور الموارد والمعلومات المتاحة حول :

- أصحاب العمل المعنيين بالخريجين ·
- الوظائف ·
- الروابط المهنية ·
- الفرص العالمية للدراسة والعمل ·
- الإعداد لسوق العمل (خطابات العمل ، المقابلات ، البحث عن وظيفة) ·

٥- الخط المفتوح لموارد مجالات العمل Online Careers Resources :

يوفر موقع خدمة العمالة ومجالات العمل للطلاب فرصة الاحتكاك بمدي واسع من موارد مجالات العمل علي الخط المفتوح وذلك لمساعدة الطلاب في استكشاف مجالات العمل وفي الإعداد لسوق العمل · فيوجد علي الشبكة الكثير من منشورات المعلومات التي تدور حول مجالات العمل بالإضافة للمقالات التي تساعد الطلاب في الإعداد والتخطيط لحياتهم المهنية · ومن أمثلة هذه الموارد المتاحة علي الشبكة ما يلي :

- تنمية المهارات التوظيفية : خطة فعالة للطلاب ·
- لماذا تنضم لرابطة مهنية ؟
- كتابة طلب تقدم للوظيفة ينال الإعجاب ·
- مقابلة التحاق الخريج بالوظيفة ·
- المقابلات : خطوات تجنبك الاستبعاد ·

بالإضافة إلي الخدمات السابقة فإن المركز يقوم بتقديم خدمة أخري ذات أهمية خاصة بالنسبة للطلاب وهي :

- خدمة قوائم الوظائف الشاغرة للطلاب الحاليين والخريجين (خدمة مجانية) Vacancy Listings for Current Students & Graduates وتتضمن ما يلي :

١- قائمة فرص العمل الشـــاغرة المخصصـــة للخـــريجين Graduate Vacancy Listing :

تتم طباعة هذه القائمة بالاشتراك مع مجلة Westminster المتخصصـة في نشر قوائم الوظائف الشاغرة المتاحة أمام الخريجين ·

٢- لوحة طلاب السنة النهائية Finalist Bulletin :

يتم من خلال هذه اللوحة الإعلان عن مخططات تدريب الخريجين وفــرص العمــل الشاغرة المتاحة أمام طلاب السنة النهائية بالجامعة أو الطلاب حديثي التخرج ·

٣- قائمة الوظائف المؤقتة Part - Time Jobs Listing :

تغطي هذه القائمة الوظائف الصيفية المؤقتة بنظامي الوقت الاكمل ونصف الوقــت · فالقائمة المعلنة علي الانترنت رجع إليها ما يقرب من ٢٠٠٠ طالب من الطلاب المســجلين أثناء العام الماضي ·

٤- قائمة التعيين Placement Listing :

تقدم عدداً لا محدود من الفرص للطلاب حتي يتاح لهم اكتساب الخبرة العملية أثنــاء فترة دراستهم وتتراوح مدة هذه الخبرة من بضعة أيام وحتي عام كامل · ويمكــن الاطــلاع علي هذه القوائم من خلال شبكة الانترنت ·

- في مجال خدمة أصـــحاب العمــل Employment Services for Employers ويقوم المركز بتقديم ما يلي :

١- ملفات أصحاب العمل Employer Files :

يحتفظ مركز خدمات مجالات العمــل وتوظيــف الطــلاب Careers and Sudent Employed Services for Employers (CASES) بملف يضم أدبيات الشركات علــي خطوط المعلومات الخاصة بالجامعة ، ويشمل هذا الملف اســتمارات التقــدم للوظـــائف ، ومنشورات مخططات تدريب الخريجــين ، والتــقارير السنــوية للشركات ، وشرائط فيديو للترويج · كما يتم توسيع مدي المادة المتــاحة بشــكل مستــمر مضيفين إليها المشـــروعات الصغيرة والمتوسطة Small & Medium Enterprises ·

٢- برنامج إرشاد صاحب العمل / الطالب

: Employer/Student Mentoring Programme

ويشارك المركز في برنامج إرشادي بعنوان "برنامج تعقب المهارات Skills Tracker Programme" الذي يستهدف الطلاب الذين يؤدون أعمال بعض الوقت أثناء دراستهم · ويشكل البرنامج سجلاً يدون الطلاب فيه المهارات التوظيفية التي ينمونها أثناء العام · كما أن جزء من أجزاء البرنامج يتمثل في أن يسجل هؤلاء الطلاب مع أحد أصحاب العمل المحليين الذي سوف يؤدي دور المرشد بالنسبة لهم أثناء العام ·

٣- خدمة تشغيل الطلاب (خدمة متاحة لأصحاب العمل مجاناً) Student Employment : Service

وهي خدمة توظيفية سريعة وفعالة تشمل ما يلي :

- فريق عمل لبعض الوقت Part - Time Staff ، تمتد فترة العمل من عدة ساعات أسبوعياً وحتي عدة أيام شهرياً ·
- العمل لبعض الوقت أو لوقت كامل أثناء فترة الصيف ، عطلة رأس السنة أو عيد الفصح ·
- العمل في مشروعات مثل تطوير وتوزيع منتج أو خدمة جديدة ·
- تخصيص الطلاب في عدة مجالات للتعيينات في أعمال تستمر من عدة أسابيع وحتي عام كامل ·

لقد تغير مسمى المركز الى مركز مجالات العمل Career Development Centre وأصبح يقوم بتقديم مدي واسع من الخدمات المستحدثة لطلاب وخريج الجامعة Westminster ومن هذه الخدمات ما يلي :

- إتاحة الفرصة للبحث عن وظائف جزء من الوقت / والإجازات ، واكتساب الخبرة التطوعية.
- استكشاف كيفية تطوير المهارات الوظيفية التي يبحث عنها أرباب العمل.
- التخطيط للحياة المهنية.

- تحديد خيارات المهنة.
- التسويق بفعالية للطلاب من خلال السير الذاتية ، والمقابلات.
- موقع شامل واسع النطاق يتضمن المعلومات والاستشارات حول الوظائف، بما في ذلك معلومات مفصلة مهمة في مجال التخصص للطلاب .
- الحفاظ على قوائم بالوظائف الشاغرة بدوام جزئي ، وفى الاجازات ووظائف بدوام كلى للخريجيين.

تحليل مقارن للنماذج السابقة بدول القياس المقارن بالأفضل

في هذا الجزء يتم عقد دراسة مقارنة لما توصلت إليه نماذج الدول السابقة والكشف عن أوجه التميز في هذه النماذج وتفسيرها في ضوء القوي والعوامل التي تقف وراء هذا التميز وفقاً لمدخل القياس المقارن بالأفضل وخطواته المختلفة · ولذا تسير الدراسة المنهجية في هذا الجزء علي النحو التالي :

أولاً : التميز في دول القياس المقارن بالأفضل ·

ثانياً : العوامل والقوي الثقافية التي تقف وراء تميز دول القياس المقارن بالأفضل ·

أولاً : التميز في دول القياس المقارن بالأفضل :

هناك العديد من الأساليب والسياسات والأنشطة التسويقية التي تميزت بها دول القياس المقارن بالأفضل ويمكن إيجازها فيما يلي :

١- تنوع المصادر المالية :

توصل البحث إلي أن هناك ثمة اتفاق يتميز بها النموذج الصيني ، ونموذج المملكة المتحدة في تنوع الإمدادات المالية وقنوات التمويل ، فتميزت هذه الدول بزيادة التمويل الصادر عن قطاعات غير حكومية والقيام بالعديد من المشروعات والأنشطة المختلفة التي تدر دخلاً للجامعات يسمح بالتطوير بدلاً من الاعتماد علي التمويل العام فقط ·

٢- العملاء :

يتميز النموذج الاسترالي بتحديد العملاء تحديداً دقيقاً ثم تحديد حاجاتهم ومدركاتهم والعمل علي إشباعها ، حيث تم تقسيم العملاء إلي عملاء داخليون ويتمثلون في (أعضاء هيئة التدريس ، فريق البحث ، فريق العمل ···) وعملاء خارجيون ويتمثلون في (الطلاب ، أصحاب العمل ، المرتقبون ، المجتمع ···) هذا بالإضافة إلي قياس رضا العملاء بالنسبة لجودة المخرجات الجامعية · ويتفق نموذج الولايات المتحدة الأمريكية مع النموذج الاسترالي في التركيز علي العملاء فتولي الولايات المتحدة الأمريكية عناية كبيرة للطلاب وتوقعاتهم باعتبارهم مستهلكين ·

٣- تحديد السوق المستهدفة وتجزئته :

يتميز النموذج الاسترالي بتصميم البرنامج التسويقي المناسب للسوق المستهدفة وتوجيه جهودها التسويقية لإشباع رغباته واحتياجاته فنجد أن جامعة موناش الاسترالية قامت بتحديد أسواقها إلي (أسواق داخلية ، أسواق استقطاب ، أسواق مرجعية ، أسواق المستهلك ، أسواق المورد ، الأسواق التأثيرية) ويتفق معها في هذا الخصوص كل من النموذج الصيني ونموذج المملكة المتحدة حيث قام كل منهما بتوصيف الأقسام الاحتمالية للسوق الخاصة به من (سوق تقليدية ، طلاب ، شركات مرافق ، شركات أجنبية ، ورجال أعمال......) . وهكذا نجد أن تحديد السوق المستهدفة وتجزئتها تبدأ بتحديد احتياجات المستهلكين داخل سوق معين.

٤- الموائمة بين العرض والطلب :

إن مواجهة مشكلة البطالة تستلزم منهجاً تنموياً شاملاً جديداً يتبلور في سياسة اقتصادية واقعية يتصدر أولويتها هدف التشغيل المستند إلي تعظيم الكفاءة الإنتاجية للعمل ويتمثل ذلك في الموائمة بين العرض والطلب وأبعادها المختلفة والتي تميزت بها دول المقارنة فقد اتفقت معظم هذه الدول علي ما يلي :

أ- ربط التعليم بسوق العمل :

الاهتمام بمطالب سوق العمل وفرص التشغيل كان أهم ما يميز نماذج القياس المقارن بالافضل حيث كان من أهم أهداف مراكز التسويق بالجامعات مراجعة توصيف الأقسام المستهدفة بما يتمشي مع الأسواق ومتطلباتها .

ب- المناهج والبرامج المستمدة من السوق :

من أهم السمات التي ميزت التعليم الجامعي في الصين "المرونة" في المناهج والبرامج واتسامها بالتنوع لتلائم احتياجات السوق والتكيف مع معطيات العرض والطلب حيث أن مراجعة المناهج الدراسية وارتباطها بسوق العمل يؤدي إلي جودة الخريج وقبول من قبل أصحاب العمل ثم تقرير إمكانية تطوير البرنامج المناسب لإشباع هذه الاحتياجات وفقاً لتقييم الفرص التسويقية المتاحة في القطاعات التسويقية المختلفة .

٥- التركيز علي الجودة :

الهدف الأساسي للجودة هو صلاحية النظام لأداء وظائفه والمحافظة عليها وتحسينها وهذا ما تتميز به خبرة هونج كونج فيما قامت به لجنة المنح الجامعية UGC بتقديم آليات ضبط لضمان وتأكيد الجودة وذلك بالمراجعة المستمرة للأهداف والموارد وأبحاث التقييم لأعضاء هيئة التدريس ومراقبة أدائهم التدريسي · ويتفق النموذج الاسترالي مع نموذج هونج كونج في تركيزه علي الجودة من خلال الطلاب كمستهلكين وقياس مدركاتهم لجودة الخدمات الجامعية وذلك من خلال المصفوفة التي وضعتها جامعة جريفيث ومتغيراتها المختلفة من (التدريس ، المناهج ، حجم الفصل ، التسهيلات ، الخدمات ، الإرشاد المهني ...) ·

٦- المهارات التوظيفية ورضا رجال الأعمال عنها :

يتميز النموذج الأمريكي بالتركيز علي المعارف والمهارات التي ينبغي أن يكتسبها الخريج للنجاح في الوظيفة بعد التخرج وتحقيق رغبة الشركات والمؤسسات في الخريجين الذين يتحملون المسئولية المباشرة فور تخرجهم ليتفوقوا علي غيرهم من خريجي الجامعات الأخري ، ولذلك قامت بدراسة تسويقية شاملة لتحديد المهارات الضرورية المطلوبة لشغل الوظائف الأولي في بداية المسار الوظيفي ·

وهذا ما تميز به أيضاً نموذج الجامعة الامريكية بالقاهرة حيث تفرد هذا النموذج بتقديم البرامج التى تهدف أساساً إلي تحسين المهارات المهنية لخريجي الجامعة فهي بمثابة معاهد تسويقية للخريجين تقدم برامج علمية متقدمة وفقاً لاحتياجات السوق والمهارات المطلوبة في خريجيها بما يتيح لهم التميز ·

٧- استراتيجية المنافسة :

استراتيجية المنافسة هي الأسلوب الذي يتميز به النموذج الصيني لكسب السوق ولتحقيق الكفاءة والفاعلية ومن الآليات المختلفة لاستراتيجية المنافسة "تغطية السوق" و "رضا العميل" ولهذا قامت الحكومة الصينية بتقديم مشروع ٢١١ لانتقاء مائة مؤسسة من مؤسسات التعليم العالي وفقاً لاحتياجات السوق وآلياته وكذلك الحال بالنسبة للمنافسة الداخلية بهونج

كونج والذي كان من أبرز صورها "مراكز التميز" لتحسين المركز التنافسي وحمايـــة هـــذه الجامعات ومواجهة متطلبات سوق العمل ٠

٨- استراتيجيات التسويق الهجومية :

تميزت معظم دول القياس المقارن واتفقت علـــي اتبـــاع الاســـتراتيجيات التســـويقية الهجومية والتي تهدف إلي تقوية مركزها ووضعها في السوق وتدعيمه بشكل يحقق الاستفادة الكاملة من مختلف الفرص التسويقية المتاحة في هذا السوق ، فقد تميـــز النمـــوذج الصـــيني بأسلوبه الموجه نحو السوق الأمر الذي تتطلب تصنيع التعليم العالي بالصين والتعـــاون مـــع المؤسسات المختلفة الموجودة في سوق العمل ٠

وتميز النموذج الأمريكي بزيادة مركزه في سوق العمل والعثور علي منزلة في السوق من خلال تحقيق السمعة الطيبة لمؤسساته الجامعية ٠ وتميزت المملكة المتحدة بنموذج الجامعة المقاول لإعادة تقييم مركزها التنافسي في السوق ٠ وتميز النموذج الاسترالي بتحديده للأسواق وغزوها من أجل حسن استغلال الفرص التسويقية المتاحة في كل سوق علي حده ، ونلاحظ أن معظم هذه الاستراتيجيات تهدف إلي زيادة القوة التنافسية في السوق والتوسع من نصـــيب الجامعات من هذا السوق وزيادة حجم الطلب علي التعليم الجامعي ٠

٩-المراكز التسويقية :

تميزت معظم دول القياس المقارن واتفقت علي أهمية وجود المراكز التسويقية التي تهدف إلي تقديم الخدمات للطلاب وأصحاب العمل ، وتوظيف الخريجين بالإضافة إلي خدمات التوجيـــه المهني والإرشاد التوظيفي للطلاب والخريجين وترويجهم ٠ فقد تميز النموذج الصـــيني مـــن خلال مكتب شئون الطلاب (So) بجامعة ماكو Macau University والذي تغير مسماه في الآونة الأخيرة إلى مركز الدراسات المســـتقبلية وخـــدمات التعيـــين Future studies and placement center ، ويقوم بتقديم خدمات التوجيه المهني متضـــمنة الإرشـــاد الـــوظيفي وخدمات الوساطة وفرص التداخل وخدمات الإرشاد المهني والتربوي وتقديم المشورة فيمـــا

يتعلق بمجال العمل والتخطيط لمجالات العمل المختلفة متضمنة الإرشـــاد المهنـــي والخدمـــة البريدية والمقابلات وبرامج التعليم للحياة المهنية والمنشورات ·

أما النموذج الاسترالي فقد تميز بوجود مكتب (CGEO) بجامعة كانبيرا Canberra University ويقدم خدماته للطلاب وأصحاب العمل والخريجين ·كما يقـوم بتقـديم خدمـــة مجالات العمل متضمنة لقاءات التعريف بصاحب العمل وخدمة توظيـف الطـــلاب وخدمـــة الطلاب المتوقعين وجلسات الاستشارة الفردية والاتصال بالمدارس الثانوية وعقد ورش عمل المهارات التوظيفية ·

وتميز النــــموذج الأمريكي بوجود مركز الـــــتوظيف (CC) بــــــجامعة ولايـــة إليـــــنوى Illinois University ويقوم بعملية التنمية الوظيفية للطلاب من خلال الـوعي ، والاستكشاف والتخطــــيط الوظيفي ، والإعداد للتخصـــــص الـــوظيفي والتركيـــز علـــي مجالات الاهتمام الوظيفية ·وورش العمل ، معارض مجالات العمل ·

وكذلك الحال بالنسبة لمكتب خدمات التوظيف واستشارات مجال العمل CAPS فـــي الجامعة الأمريكية بالقاهرة حيث يقوم بتقديم خدمات عاليـــة الجـــودة للطـــلاب والخـــريجين وأصحاب العمل في مجالات التخطيط الوظيفي ، والتنمية الوظيفية ؛ والبرامج المصممة فيــه تنصب علي تحديد الأهداف من مجال عمل ما ، والاحتكاك بالتعليم التجريبي ، وفرص عمل للخريجين · وتدعيم العلاقات التعاونية بين أعضاء هيئـــة التـــدريس ، وأصـــحاب العمـــل ، والمتخصصين بشكل عام .

ويتميز النمـــوذج الإنجليـــزي بوجـــود مركـــز(CASES) بجامعـــة ويستمنســـتر Wesminster University ويقوم بتقديم خدمات للطلاب وخدمات قوائم الوظائف الشاغرة للطلاب الحاليين والخريجين وخدمات لأصحاب العمل من خلال برنامج إرشاد صاحب العمل / الطالب ، كما يقوم بتقديم خدمات معارض ولقاءات مجالات العمـــل و خـــدمات توظيـــف الخريجين بالإضافة إلى الخط المفتوح لموارد مجالات العمل ·

العوامل والقوي الثقافية التي تقف وراء التميز بدول القياس المقارن بالأفضل

١- العوامل والقوي الثقافية التي تقف وراء تميز نموذج الجامعة الأمريكية بالقاهرة :

أكدت الدراسة الوثائقية لسهير حسين البيلي عن الجامعة الأمريكية بالقاهرة منذ النشأة حتي ١٩٨٠ م علي دور الجامعة في خدمة المجتمع المصري وتم ذلك في أول الأمر عن طريق نشر القيم المسيحية لبعث روح التجديد في المجتمع وإصلاح حياة الفرد ولكن في أعقاب ثورة ١٩٥٢ م أكدت الجامعة علي هدفها في خدمة المجتمع المصري ولكن ليس في إطار العمل التبشيري المسيحي ، وتم ذلك من خلال عمل مركز البحث الاجتماعي (S. R. C.) الذي أسهم بعدد من الأبحاث العلمية لخدمة البيئة المصرية وظل ذلك سنوات الستينيات وكذلك السبعينيات خاصة مع تبني المجتمع سياسة الانفتاح وإسهامات الجامعة في العديد من المشروعات البحثية التي طرحت نفسها علي ساحة المجتمع كما أسهمت الجامعة في مشروع الانفتاح الاقتصادي الاستهلاكية ٠ وهذا الهدف في حقيقة الأمر والذي أعلنته الجامعة كان يخفي وراءه أغراضاً أخري سياسية لخدمة المصالح الأمريكية في مصر ٠

كما كان لتدفق الاستثمارات الأجنبية والعربية علي مصر ، وزيادة نشاط الشركات متعددة الجنسيات والبنوك الأجنبية ، والمشروعات السياحية ... أثره في الجامعة الأمريكية بالقاهرة فقد ازداد الطلب علي خريجيها لتمكنهم من اللغة الإنجليزية والمهارات التي يحتاجها سوق العمل واللازمة للمشروعات الجديدة وقد أدي ذلك الوضع إلي زيادة أعداد المقبولين بالجامعة الأمريكية بالقاهرة ، وتوسعت أقسامها وبرامجها لتلائم الوضع الجديد وتلبي احتياجات ومطالب سوق العمل ، واشتمل هذا التوسع أيضاً إدخال برامج في إدارة الأعمال وبرامج اقتصادية واجتماعية ، وزاد عدد المتقديمن نتيجة لحاجة المجتمع المصري إلي من يتقنون اللغة الإنجليزية وإلي الأفراد ذوي المهارات العالية في مجالات الإدارة وغيرها من المجالات التي تخدم قطاع الاستثمار الجديد ٠

و تستند المناهج الدراسية بالجامعة على التعليم الليبرالي والعملي، كما تتيح فرص البحث الدقيق للقضايا المحورية في كل التخصصات الرئيسية. وتعتبر الجامعة جسراً حيوياً لربط الشرق بالغرب وتربط مصر والمنطقة بالعالم بأسره من خلال الأبحاث العلمية وعقد

شراكات مع المؤسسات الأكاديمية والبحثية وبرامج التعليم بالخارج. كما تعمل على تنمية القادة، كما توفر الجامعة الخدمات لخريجها وتتيح فرص التعليم المستمر، ذلك بجانب التزامها بخدمة المجتمع في مصر والعالم إلى جانب دعم الحرية الأكاديمية وجودة التعليم.

كما تعد الجامعة الامريكية بالقاهرة ملتقى لثقافات العالم لما تتيحه من مناظرات تستند على الحجة ولجهودها في دعم التفاهم العالمي. فهي جامعة مستقلة، غير هادفة للربح، غير طائفية، متعددة الثقافات والتخصصات وتمنح فرصاً متساوية لجميع الدارسين، ومعترف بها كليةً في مصر والولايات المتحدة الأمريكية.

كما إنها معتمدة من قبل رابطة التعليم العالي لكليات ومدارس الولايات الوسطى بالولايات المتحدة.و تعمل الجامعة الأمريكية في مصر وفقا لبروتوكول الحكومة المصرية لعام ١٩٧٥م والذي يستند على اتفاق العلاقات الثقافية بين مصر وحكومات الولايات المتحدة لعام ١٩٦٢. بالإضافة إلى ذلك، تعد برامج الجامعة للحاسب الآلي والهندسة الوحيدة خارج الولايات المتحدة المعتمدة من قبل مجلسي الاعتماد لعلوم الحاسب الآلي وعلوم الهندسة والتكنولوجيا وأيضا تعد كلية الإدارة بالجامعة أول كلية يتم اعتماد برامجها في مصر وشمال أفريقيا من قبل جمعية تحسين كليات الإدارة الدولية، والتي تشكل أعلى مقاييس الجودة بالنسبة لكليات الإدارة.

أيضاً من العوامل التي تقف وراء تميز النموذج الأمريكي ما يلي :

– التجربة الأمريكية – كما سبق القول – هي بدون شك أكثر التجارب ثراءاً نظـراً للقيادة الأمريكية للثورة العلمية التكنولوجية والثورة الصناعية التكنولوجية الحديثة . والواقـع أن الولايات المتحدة الأمريكية قد طبقت بنجاح استراتيجية للتقدم الصناعي والتكنولوجي علي أساس تأسيسي القطاعات والفروع الصناعية والرائدة لاستغلال سبقها العلمـي والتكنولـوجي وقدرتها الاقتصادية الهائلة . وتوجه الولايات المتحدة مبالغ مالية تصل إلي ضعفين ونصـف ما توجه اليابان إلي موضوع دعم البحث العلمي وربطه بالصناعة ، أي ما يصل إلـي ٢٤٠ مليار دولار حسب ما جاء في دراسة ممدوح الموصلي وزملائه ١٩٩٨م. وتقوم بهذه المهمة

مؤسسات حكومية مثل المؤسسة العلمية الأمريكية Science Foundation ناسا أو غير حكومية مثل مؤسسة فورد ومؤسسة روكفلر وغيرها ·

– وتقوم هذه المؤسسات سواء حكومية أو غير حكومية بتنفيذ استراتيجية محددة عن طريق التعاقدات ·

– كما تقوم هذه المؤسسات عن طريق هذه التعاقدات بدعم جميع أنواع البحث العلمي التي تحقق أهدافها والأهداف القومية بما في ذلك البحوث في مجال العلوم الأساسية وتخصيص المنح الدراسية للباحثين وبالإضافة إلي ذلك فإن المؤسسات الصناعية الكبري تقوم بتعاقدات مباشرة لتنفيذ برامجها البحثية ويقوم متخصصون منها بحضور المؤتمرات العلمية وتتبع الدوريات للتوصيل إلي المتخصصين المناسبين والتعاقد معهم · وتقوم الحكومة بتسهيل هذه المهمة عن طريق استقطاع المبالغ الموجهة للبحث العلمي من الضرائب · ويوجد في الولايات المتحدة الأمريكية نوعان من الجامعات : الجامعات الحكومية والجامعات الخاصة Private University · كما توجد منها جامعات معترف بها Accredited وأخري غير معترف بها Non-accredited · والجامعات الأمريكية فيها أيضاً جامعات ذات توجه محلي فقط وأخري دخلت العالمية بفتح فروع لها في العالم منذ زمن طويل ·وتقوم الجامعات الأمريكية بصفة عامة بتوجيه تسويقي لخدمة حاجات التنمية حيث أكدت دراسة ممدوح الموصلي وزملائه ١٩٩٨م إنها تتميز بالخصائص التالية :

١– التوجه التسويقي : حيث ترتبط الصناعة وقطاع أعمال الجامعات الأمريكية بصفة أساسية ·

٢– التوجة الاقتصادي : حيث تحكم الجامعة الاعتبارات الاقتصادية وآليات السوق والتنافسية ·

٣– التوجه الاستراتيجي : حيث تركز الجامعة علي تحقيق رسالة الدولة ·

٤– التوجه الفلسفي : حيث تقوم الجامعة بدور تطبيقي لفلسفة الدولة والمجتمع وحقوق الإنسان ·

٥– الجامعة تابعة للاقتصاد : يقوم الاقتصاد الأمريكي بدور ريادي في المجتمع يتبعها الجامعات وتوجهاتها في المستقبل ·

- وتتميز الولايات المتحدة الأمريكية بنمط الإدارة المركزية ففيها سكرتارية الدولة للتعليم علي المستوي الفيدرالي والتعليم مسئولية كل ولاية وفي كثر من الولايات يعين مجلس للتعليم يعد مسئولاً عن إدارة التعليم بها ، ويعتبر هذا المجلس أعلي هيئة للتعليم بالولاية وعلي مستوي المحليات هناك إدارات محلية للتعليم في كل قسم أو إقليم وفي الحضر والريف تتولي كل منها إدارة التعليم في مناطقها · وتمشياً مع الديمقراطية وما يسمح به من حرية للأفراد والهيئات فإن أمر إدارة التعليم في يد الولاية الأمريكية ·

٢- العوامل والقوي الثقافية التي تقف وراء تميز النموذج الاسترالي :

يرجع تميز النموذج الاسترالي للعديد من العوامل أهمها ما يلي :

- تركيز السلطة السياسية والإدارية للدولة في حكومة مركزية تعمل علي توحيد الثقافات المتنوعة باستراليا والتي نشأت عن السلالات العرقية المختلفة من أوروبا ونتيجة لمركزية الإدارة فإن مؤسسات التعليم العالمي بها تنتمي لأنشطة القطاع العام وذلك علي الرغم من التطورات الحديثة والعديدة لزيادة تأثير القطاع الخاص في قطاع التعليم العالي ومن هذه التطورات مساهمة القطاع الخاص في تمويل الجامعات وإنشاء بعض الجامعات الخاصة حديثاً ·

- اتجهت الجامعات الاسترالية نحو الاهتمام بمشروعات البحوث التطبيقية بالجامعات والتي يمكن الإفادة منها تجارياً فيخصص ما يقرب من نصف الاعتمادات التمويلية للبحث والتطوير في استراليا حالياً لمؤسسات التعليم العالي باعتبارها الكيان الرسمي الرئيسي والمسئول عن أنشطة البحث العلمي الجامعي ·

- أدي ذلك إلي ظهور صيغ المشاركة مع قطاع الأعمال والتي ضمت قادة قطاع الأعمال باستراليا والقطاعات التعليمية حول اهتمامات مشتركة وتكوين الرابطة الاسترالية للهيئات الاستشارية بمؤسسات التعليم العالي ·

- ومن هنا تميزت الجامعات الاسترالية في تطبيق مفهوم التجارية والمقاولية الجامعية لمواجهة التنافسية الاقتصادية وزيادة القدرة التنافسية للمؤسسات الصناعية الاسترالية في الأسواق الأم والسوق الرئيسية ·

٣- العوامل والقوي الثقافية التي تقف وراء تميز النموذج الصيني :

بعد تطبيق الصين لسياسة الانفتاح والإصلاح منذ عام ١٩٧٩ م شهدت العلاقات الاقتصادية والتجارة الخارجية تغيراً جذرياً وتطورت تطوراً مطرداً وتعددت مجالاتها مثل فتح الباب أمام الاستثمارات الأجنبية وتنظيم المشروعات خارج الصين والتعاون في مجال القوي العاملة مع الدول الأخري والاستثمار في الخارج وتصدير الفنون والتكنولوجيا وتطوير التعاون الثنائي مع الدول المختلفة · وفي تقرير صادر عن وزارة الخارجية الصينية عام ١٩٩٤ م أشار إلي أنه في حين كانت العلاقات الاقتصادية والتجارة الخارجية الصينية في الماضي مقتصرة علي التجارة الخارجية والمساعدات الاقتصادية الخارجية ، فإنها أصبحت اليوم تشمل التجارة الخارجية والتجارة الصناعية والتجارة التكنولوجية وأكد التقرير أيضاً أن الحكومة الصينية تركز جهودها لتحسين كل من الأعمال التالية :

أولاً : مواكبة تطور اقتصاد السوق الاشتراكية ، وتغيير الأفكار القديمة ، ورفع مستوي وضع السياسات المهمة ومستوي الإدارة ·

ثانياً : رفع روح المنافسة ، وتطوير إدارة التجارة الخارجية بتعديل وسائل نظام الرسوم الجمركية ونظام صرف العملة الصينية وأسعار الفائدة وغيرها من الأساليب الاقتصادية والقانونية ، وتعجيل اندماج التجارة الصينية مع الاقتصاد العالمي ·

ثالثاً : تحقيق الارتباط الوثيق بين التجارة والصناعة والزراعة والتكنولوجيا والمصارف ، والإسراع بالتقدم التكنولوجي ، ورفع جودة المنتجات المصدرة إلي الخارج ·

رابعاً : وضع الاستراتيجية الكاملة لتطوير التجارة الخارجية الصينية ·

وعلي ضوء هذا النظام الاقتصادي فإن التعليم الجامعي بالصين يتحمل مسئوليات جسيمة في إعداد مواهب متخصصة رفيعة المستوي والتطوير العلمي والتكنولوجي والثقافي ورفع البناء العصري ، فعلي التعليم العالي في عقد التسعينيات أن يلبي متطلبات الإسراع في الانفتاح الاقتصادي والبحث النشط عن طرق جديدة للتنمية مما يؤدي إلي تطور أكبر في الحجم ومنطقية أكثر في التركيب وارتفاع ملموس في الجودة والفاعلية ومن العوامل التي وقفت وراء تميز التعليم العالي الصيني وإصلاحه وأقرها "برنامج إصلاح وتطوير التعليم في الصين" في التسعينيات ما يلي :

- تعميق إصلاح نظام التعليم العالي عن طريق تنسيق العلاقة بين كل من الحكومة والجامعة ، وبين اللجنة المركزية والمناطق وبين لجنة التعليم وكافة قطاعات اللجنة المركزية والتوصل إلي نظام يعتمد علي الإدارة المرشدة من قبل الحكومة في مواجهة متطلبات المجتمع ·

- في إطار العلاقة بين الحكومة والجامعات تم تحديد سلطات وواجبات الجامعة بصورة واضحة وفقاً لنظام التقسيم الإداري وبمقتضي الدستور لجعل الجامعة لها الشخصية الاعتبارية أمام المجتمع في إنشاء الكليات ويجب إعطاء الجامعة المزيد من الحقوق في التصرف ذاتياً في قبول وتعديل التخصصات وإنشاء الهيئات وفصل الموظفين واستخدام الميزانيات والتعاون الدولي إلي غير ذلك من المجالات كل حسب ظروفها الخاصة ويجب علي الجامعات أن تتمتع بالقدرة علي ممارسة سلطاتها وتحمل المسئوليات الموكلة إليها في التنمية الذاتية بصورة تتوافق مع البناء ومتطلبات التنمية الاجتماعية ·

- إصلاح نظام الاعتمادات المالية للجامعات وتنظيم الإجراءات التي يتم من خلالها صرف هذه الاعتمادات بحيث يكون هناك فارق بين الاعتمادات المالية للجامعات باختلاف مستوياتها وتخصصاتها وإصلاح طريقة اعتماد الأموال علي أساس عدد الطلاب وتغيرها تدريجياً إلي نظام الصندوق ، وعلي الجامعات أن تعتمد علي طرق أخري لتدبير احتياجاتها المالية بالإضافة إلي نفقات التعليم التي تحصل عليها من ميزانية الدولة ·

- تعميق إصلاح العمالة وربطه بعملية إصلاح التعليم وذلك عن طريق إنشاء وتحسين نظام فحص وتعيين الخريجين ، وتنفيذ نظام التعيين عن طريق شهادة المستوي الفني وشهادة الصلاحية الفنية والمؤهلات الدراسية وذلك بدلاً من النظام السطحي السابق الذي يعتمد علي المسميات الوظيفية والمؤهلات الدراسية دون النظر إلي الكفاءة الفعلية للشخص بالإضافة إلي تكوين هيئات لعقد اختبارات المستوي الفني وإصدار كافة أنواع الشهادات الخاصة بذلك ·

- علي الحكومة أن تغير وظيفتها من الإدارة المباشرة للجامعات إلي استخدام الدستور والاعتمادات المالية والتخطيط وخدمة المعلومات والإرشاد السياسي والأساليب الإدارية اللازمة في تنفيذ الإدارة المرشدة للجامعات والاهتمام بالفعل برسم السياسات عن طريق إنشاء هيئة خبراء التعليم وكافة خبراء المجتمع لتقديم الاستشارة والاقتراحات الخاصة بسياسة التعليم وتطويره وتخطيطه إلي غير ذلك ·

- إصلاح نظام القبول بالجامعات ونظام تشغيل الخريجين حيث يتم تغيير نظام قبول الطلاب القائم حالياً من الاعتماد بصورة كاملة علي خطة موحدة لقبول الطلاب إلي الجمع بين خطة عمل الدولة وبين الإشراف علي القبول ، وفي هذا الإطار يتم التدرج في زيادة أعداد الطلاب المقبولين عن طريق امتحانات القبول والطلاب الذين يدرسون علي نفقاتهم أو هذه الخطط التنظيمية تحددها الجامعة وهيئاتها الإدارية علي ضوء احتياجات المجتمع وظروف إنشاء الجامعة نفسها · والتغير من نظام مسئولية الدولة الكاملة عن الطالب الجامعي إلي نظام المصروفات ، وذلك بصورة تدريجية ؛ فبغض النظر عن كون التعليم الجامعي واجب إلا أنه يجب مبدئياً علي كل طالب أن يدفع مصروفات · ويجب إنشاء نظام القروض الدراسية لتقديم المساعدات للطلاب غير القادرين وعلي كل من الدولة ووحدات المشروعات والمنظمات الاجتماعية تقديم المساعدات الدراسية علي أن تخصص للطلاب الممتازين أو الذين تم قبولهم بالتخصصات الصعبة التي تهتم بها الدولة ·

- إصلاح نظام تشغيل الخريجين الذي يعتمد علي أن تكون الدولة مسئولة عن توزيع الطلاب وتوظيفهم جميعاً إلي نظام عمالة يعتمد علي أن توظف الدولة جزءاً قليلاً من الخريجين ويتولي الجزء الأكبر منهم البحث عن عمل بنفسه ، وفي المستقبل القريب ستتولي الدولة في حدود معينة توظيف عدد من الخريجين في ضوء خطة عمل الدولة وتحقيق إمكانية المقابلة بين الجامعة والوحدات التي سيتم فيها توظيف الخريجين بحيث تطبق خطة توظيف الخريجين بصورة عملية بالإضافة إلي التدرج في تطبيق نظام الاختيار المتبادل بين الخريج وجهة العمل ·

- بالنسبة للطلاب الموصي بتدريبهم بشكل محدد يتم توظيفهم حسب العقد أما الطلاب الذين يدرسون علي نفقتهم فيختارون وظائفهم بأنفسهم · ووفقاً لإقامة نظام اقتصادي اشتراكي حر وإصلاح نظام العمالة تقوم الغالبية العظمي من الخريجين باختيار وظائفهم بأنفسهم علي ضوء احتياجات سوق العمالة والسياسة العامة للدولة ويستثني من ذلك المعلمين وذوي التخصصات الصعبة ، ولتكملة الخطة يجب إنشاء منظمة اجتماعية لتقديم المعلومات والإرشادات الاستشارية في عملية التوظيف وذلك من أجل تقديم الخدمة للخريجين · كل هذه العوامل مجتمعة أدت إلي تحقيق التميز في نظام التعليم الجامعي الصيني ·

٤- <u>العوامل والقوي الثقافية التي تقف وراء تميز نموذج المملكة المتحدة :</u>

يرجع تميز نموذج المملكة المتحدة لعدة عوامل منها ما يلي :

- التعليم بالمملكة المتحدة خدمة قومية تدار محلياً ، فاللامركزية سمة من سمات التعليم البريطاني ، كما أنها دولة ديمقراطية من دول أوربا الغربية يتميز التعليم بها بما يلي :

١- تأكيد الإيمان بالفرد وقدراته واستعداداته ·

٢- توفير الحرية الاقتصادية السياسية لكافة الأفراد والتنظيمات السياسية والاجتماعية دون تدخل الدولة ·

٣ - إقامة الحياة علي الصراع والتنافس ·

٤- خدمة الاقتصاد بفعالية ودراسة احتياجاته ·

٥- دعم ومساندة الجودة في التعليم ·

ويستمد التعليم الجامعي بالمملكة المتحدة تميزه من المبادئ السابق ذكرها حيث :

أ- ديمقراطية التعليم وهي تعني تحقيق تكافؤ الفرص التعليمية لجميع أبناء المجتمع في الريف والحضر علي حد سواء ، وللأقليات العرقية والأثنية والمهاجرين دون اعتبار للجنس أو الدين أو الفقر أو غيرها · وتهيئة الفرص التعليمية التي تتناسب وقدرات وميول الأفراد ·

ب- حرية الممارسات التعليمية وهي تعني حرية المتعلمين في اختيار نوع التعليم الذي يتناسب وقدراتهم واستعداداتهم للتمكن من النمو المهني ·

جـ- ديمقراطية الإدارة في التعليم ، وهي تعني المرونة في الإشراف علي التعليم والمشاركة الشعبية في إدارته بمعني إتاحة الفرصة أمام السلطات القومية والمحلية والشعبية في المشاركة في إدارة التعليم وتوجهه والمساهمة في تمويله ·

د- يقوم بتمويل الجامعات البريطانية مجلس جديد أنشئ بموجب قانون ١٩٨٨م حل محل اللجنة الجامعية للمنح UGC هذا المجلس يسمي مجلس التمويل الجامعي University Funding Council ويتولي هذا المجلس تخصيص مبلغ من المال لكل جامعة للإنفاق منه علي النفقات الرأسمالية والتدريس والأنشطة الأخري التي يراها المجلس مناسبة بناء علي مستوي الأداء والذي يحدده مجلس جودة التعليم العالي · لذا أصبحت عملية التمويل هذه عملية تنافس بين الجامعات ·

هـ- النظام الجديد الذي بدأ من عام ١٩٩٠/ ١٩٩١م لمنح القروض للطلاب علـــي أساس التفرغ للدرجة الجامعية علي أن يقوم الطلاب بسداد هذه القروض بعد إنهاء دراســتهم وانخراطهم في سوق العمل · وذلك بهدف زيادة التمويل وإيجاد نوعاً من التوازن بين المــنح والمصروفات الدراسية في الإنفاق علي التعليم العالي ·

و- القيام بالعديد من المشروعات وخلق مشروعات تملكها الجامعة وتأجير مرافقهـا واجتذاب الرعاة من أصحاب الأعمال ·· بهدف زيادة الكفاءة والفاعلية لتلك المؤسسات وإقامة علاقة بمؤسسات الصناعة والتجارة والأعمال والصناعات الصغيرة كانت وراء التميـز فـي المملكة المتحدة ·

أهم المصادر

١. إبراهيم نافع : الصـــين معجزة نهاية القرن العشرين ، الهيئة المصرية العامة للكتـــاب ، القاهرة ، ٢٠٠٠.

٢. أحمد إسماعيل حجي : التربية المقارنة ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ١٩٩٨ .

٣. برنامج إصلاح وتطوير التعليم في الصين : من الخبرات العالمية في التربيـــة ، مجلـــة العلوم التربوية ، المجلد الثاني ، العددان الثاني والثالث ، معهد الدراسات التربوية ، القـــاهرة ، ١٩٩٦ .

٤. الجامعـــة الأمريكيـــة بالقـــاهرة :عـــن الجامعـــة **Available online at http://www.aucegypt.edu/ar/about/Pages/default.aspx(Accessed 2011)**

.

٥. الجامعة الأمريكية بالقاهرة: بماذا تتميز الجامعة الأمريكية بالقاهرة **Available online athttp://www.aucegypt.edu/ar/about/whyauc/Pages/default.aspx(Accessed2011)** .

٦. رمضان أحمد عيد ومحمود عطا محمد : آليات الربط بين البحـــث العلمـــي الجـــامعي والتنمية الاقتصادية ، دراسة مقارنة في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا واستراليا وإمكانيـــة الإفادة منها في مصر ، العدد ٣١ ، السنة الخامسة ، المكتب الاستشاري للخدمات التربويـــة ، القاهرة ، ١٩٩٨ .

٧. سهير حسين البيلي : الجامعة الأمريكية بالقاهرة ، دراسة وثائقية منذ النشأة حتي ١٩٨٠ م ، دار فرحة للنشر والتوزيع ، المنيا ، ٢٠٠٢ .

٨. شاكر محمد فتحي وآخرون : التربية المقارنة : الأصول المقارنة : الأصول المنهجيـــة والتعليم في أوروبا وشرق آسيا والخليج العربي ومصر ، بيت الحكمة للإعلام والنشر ، القاهرة ، ١٩٩٨.

٩. محمد منير مرسي : الاتجاهـــات الحديثـــة في التعـــليم الجامـــعي المعاصـــر وأســـاليب تدريسه ، عالم الكتب ، القاهرة ، ٢٠٠٢ .

١٠. ممدوح الموصلي وآخرون : التسويق الجامعي المقارن ، دراسة استكشافية لإنجازات بعض الدول ، المؤتمر القومي لتسويق الخدمات الجامعية ، جلسات المؤتمر وأوراق العمل ، المجلس الأعلى للجامعات ، ١٨ - ١٩ مارس ١٩٩٨.

11. A Gelasto , M. & Adamson , B. (eds) : Higher Education in Post-Mao China , Hong Kong Univ. press , Hong Kong , 1998 .

12. Abhay Shah & others : Expected Service Quality as Perceived by Potential Customers of an Educational Institution , Journal of Marketing for Higher Education, Vol. 9 , Issue 3 , Haworth press Inc. , N. Y. , 1999 .

13. Alan C.K. Cheung ,Timothy W.W. Yuen, Celeste Y.M. Yuen and Yin Cheong Cheng: Strategies and policies for Hong Kong's higher education in Asian markets Lessons from the United Kingdom, Australia and Singapore, International Journal of Educational Management, Vol. 25, No. 2, 2011.

14. Alan Howarth : Market Forces in Higher Education , Higher Education Quarterly , Vol. 45 , Issue. 1 , Blackwell pub. , Oxford , 1991

15. Alan Woodley & John Brennan : Higher Education & Graduate Employment in United Kingdom , European Journal of Education , Vol. 35 , Issue 2 . Blackwell pub. N. Y. 2000 .

16. Andy Frazier : A Roadmap for Quality Transformation in Education , St Lucie press , USA , 1997 .

17. Balls , J. : Politics & Policy Making in Education , Routledge , London , 1990 .

18. Bart Kittle : Institutional advertising in Higher Education , Journal of Marketing for Higher Education, Vol. 9 , Issue 4 , The Haworth press Inc. , N. Y. , 2000 .

19. Cai Bin & Tian Yong : Higher Education , The bright spot in China's Economic Growth , Chiense Education & Society , Vol. 33 , Issue 1 , M. E. sharpe Inc. , china , 2000 .

20. Canberra University :Careers Service , Available online at: http://www. canberra.edu.au/careers/home (Accessed June 2011)

21. Canberra University :Careers Service ,Employers, Available online at : http:// www.canberra.edu.au/careers/home/services-for-employers(Accessed June 2011)

22. Canberra University :Careers Service ,Students Available online at : http://www.canberra.edu.au/careers/home/what-we-do (Accessed June 2011).

23. Chris Smewing & Tom Cox : Employee Assistance Programs & Their Place Within Universities , British Journal of Guidance & Counseling , Vol. 26 , Issue 2 , A Carfax pub. , N. Y. 1998 .

24. Christine R. Velde : Effective Enrollment Management : Perceptions of the Status of International Students Marketing in Australian Higher Education , Journal of Marketing for Higher Education , Vol. 5 , Issue 2 , The Haworth press inc. , N. Y. , 1994 .

25. Curtin University : Careers & Prospective Students Service : Available online at: http : // www. vc. Curtin. edu. au / ss / capss / html. (Accessed Feb. 2002).

26. D. J. Wasmer & Gordon : The Antecedents of the market orientation in higher Education , Journal of Marketing for Higher Education Vol.9 ,No.2 , The Haworth press Inc. , N. Y. 1999 .

27. Daniel walfish : Enrollment of Students Climbs in China : Chronicle of higher Education : Available online at :http : // www. chronicle . com. html. (Accessed Jan 2002) .

28. David Chan & KA-HO Mok : Educational reforms & Coping Strategies Under the Tidal Wave of Marketization , A comparative Study of Hong Kong & The Mainland , Comparative Education , Vol. 137 , No. 1 ,A Carfax publishing , N. Y. , 2001 .

29. David Johnson : Higher Education : Some Key Issues , Australian Economic Review , Vol. 31 , Issue 2 , Blackwell Pub . , N. Y. , June 1998.

30. Erthan Mergen & Others : Quality Management Applied to Higher Education , Total Quality Management & Business Excellence , Vol. 11 , Issue 3 , 2000 .

31. Florence B. Brower : Academic Entrepreneurship in Higher Education Available online at / http // www. Celcee . edu. products / digest . html.(Accessed Jan 2002)

32. Gail B. Promboin : American Imperative , Available online at: http : // www. John sonfdn . org. Library / found pub. / amerimp / html (. Accessed Jan 2002).

33. Geoff Sharrock : Why Students aren't (Just) Customers and Other Reflections on life after George , Journal of Higher Education policy & management , Vol. 22 , Issue 2 , A Carfax pub. N. Y. Nov. 2000 .

34. Gerard A. Postinglione : Higher Education in Hong Kong , the Morning after , International Higher Education , Center for international Higher Education , Boston College , Boston , 1998 .

35. Guy Neave : On Visions of the Marketing Place : Higher Education Quarterly , Vol. 45 , No. 1 , Blackwell Pub. , Oxford , 1991 .

36. HKUST : Available online at :http : // Career. ust. hk / www. /cctr/about. html(.Accessed Jan. 2002) .

37. Hong Kong University of Science & Technology : Career Education & placement Centre : Available online at: http : // www. hku. st / cepc / New / foremployer / edistillery / html. (Accessed Feb 2002) .

38. Illinois State University : Career Development Month : Available online online at http : // www. Isu. coundation. Ilstu. edu / html. (Accessed March 2002) .

39. Illinois State University : Employment & Placement , Available online at: http : // www. Jpbs. Ilstu. edu / html. (Accessed Jan. 2002) .

40. Illinois State University :Career Explore your future with the Career Center! Available online at :http://www.careercenter.ilstu.edu/students (Accessed June 2011.)

41. Illinois state university: Career Center, Available online at http://www.career center.ilstu.edu/about_us(Accessed June 2011)

42. J. G. Duncan : Marketing of Higher Education :Problems & Issues in Theory & Practice , Higher Education Quarterly , Vol. 43 , Issue. 2 1989.

43. James Wetzel & Others : Technology Fees Can be Used to Improve Marketing Strategies in Public Urban Universities , Journal of Marketing for Higher Education, Vol. 10 , Issue 1 , The Haworth press , Inc. , N. Y., 2000

44. Jane Licata & Gary L. Frankwick : University Marketing : a Professional Service Organization Perspective , Journal of Marketing for Higher Education , Vol. 7 , Issue 2 , The Haworth press Inc. , New York , 1996 .

45. Jane W. Licata & James Maxham : Student Expectations of the University Experience : Levels & Antecedents for Pre Entry Freshmen , Journal of Marketing for Higher Education, Vol. 9 , Issue 1 , The Haworth press , Inc. , 1998 .

46. Ji Jian : Moving the Reform of the Higher Education , Administrative System into Greater Depths Enthusiastically & Steadily , Chinese Education & Society , Vol. 31 , Issue 6 , M. E. Sharp Inc. , 1998 .

47. John O. Donoghue & Others : It developments & Changes in Customer Demand in Higher Education ,Available online at: http : // www. / org . magazine . / alnweb / Vol. 14 Issue 1 , odonoghue / html .(Accessed Feb 2002).

48. John smyth & Alastair Dow :What's Wrong With Outcomes ? Spotter Plans , Action Plans , & Steerage of the educational workplace , British journal of sociology of Education , Vol. 19 , Issue 3 , A Carfax pub. N. Y. , sep. 1998 .

49. K. H. Mok : The Cost of Managerialism : the Implications for the McDonaldisation of Higher Education in Hong Kong , Journal of Higher Education Policy & Management , Vol. 21 , No. 1 , A Carfax Pub. N. Y. , 1999 .

50. Kai- ming Cheng : Education & market : How Could it be different & what is new ? Current Issue in Comparative Education , Vol. I , No. 2 , Teacher's college , Columbia university , Available online at: www. T. C. Columbia edu / cice / 2K (.Accessed Sep 1999) .

51. Keith Adler : Degree Upgrades : A New Service / A New Market & A New Strategy for Higher Education , Journal of Marketing for Higher Education, Vol. 9 , No. 1 , The Haworth press , Inc. 1998 .

52. L. R. P. Revill : Quality assessment & the Stakeholder Model of Higher Education , Total Quality Management , Vol. 8 , Issue 2/3 , A Carfax pub. N. Y. , 1997 .

53. Linda Brennan & Lynne Bennington : Concepts in Conflict : Students & Customers - An Australian Perspective , Journal of Marketing for Higher Education , Vol. 9 , Issue 2 , The Haworth press Inc. , N. Y. , 1999 .

54. Lynn Meek : Use of the Market in the Transformation of Australian Higher Education , Available online at: http : // www. unammy / orberto / australia . html .(Accessed Feb.2002) .

55. M. A. Higgins : The student Market , Higher Education Quarterly , Vol. 45 , Issue. 1 , Blackwell pub. , Oxford , 1991 .

56. M. O. Rosalind : Government Power in British Higher Education , Studies in Higher Education , Vol. 19 , Issue 3 , 1994 .

57. Madeleine F. Green : Transforming Higher Education , Oryx press , N. Y. , 1997.

58. Marianne Coleman & Lesley Anderson : Managing Financing & Resources in Education . Paul Chapman pub. Ltd. , UK , 2000 .

59. Maureen Tam : Quality assurance policies in higher Education in Hong Kong , Journal of Higher Education Policy & Management , Vol. 21 , Issue 2 , Carfax pub. N. Y. , 1999 .

60. Michael J. Conard & Maureem A Conard : An Analysis of Academic Reputation as Perceived by Consumers of Higher Education , Journal of Marketing for Higher Education, Vol. 9 , Issue 4 , The Haworth press Inc. , N. Y. , 2000 .

61. Michael L. Kalssen : lots of fun , Not much work & Not Hassless : Marketing Images of Higher Education , Journal of Marketing for Higher Education, Vol. 10 , Issue 2 , The Haworth press , Inc. N. Y ، .2000 .

62. Mok , Ka , Ho : Education & the Market place in Hong Kong & Mainland China , Higher Education , Vol. 37 , No. 2 , Kluwer Academic Pub. , Netherlands , 1999 .

63. Nicholas Barr : Higher Education in Australian & Britain : What lessons ? Australian Economic Review , Vol. 31 , Issue 2 , Blackwell pub. N. Y. June1998 .

64. Nigel J. French : Higher Education in Hong Kong , University Grants Committee of Hong Kong , Available online at: http : // www. ugc. edu . hk / english / docoments / papers / nfheingk . html (Accessed Jan 2002

65. O. H. M. Yau & W. K. Kwan : The Teaching Evaluation Process : Segmentation of Marketing Students , Journal of Marketing for Higher Education , Vol. 4 , Issue 1 , The Haworth press Inc. New York , 1993 .

66. Paul Marris & others : Education , Civic participation & Identity : Continuity & Change in Hong Kong , Cambridge Journal of Education , Vol. 30 , Issue 2 , Acarfax Pub. N. Y. 2000 .

67. Peter G. Moore : Marketing Higher Education , Higher Education Quarterly , Vol. 43 , No. 2 , Blackwell pub. , Oxford , 1989 .

68. Peter Qettli : The marketing of Higher Education in New Zealand & Australia , Available online at: http. www. auc. dk / iaup / 5 schap 2 , html .(Accessed Jan. 2002) .

69. Phett H. Watker & Others : A Case For More Integrative Multi - Disciplinary Marketing Education , European Journal of Marketing , Vol. 32 , No. 9 / 10 , MCB univ. press , N. Y. , 1998 .

70. Philip G. Altbach & Patti McGill Peterson : Internationalize American Education ? Not Exactly, Change Magazine , Vol. 30 , No. 4 , July / August 1998 .

71. Qinggang Wang , Ross Taplin and Alistair M. Brown :Chinese students' satisfaction of the study abroad experience, International Journal of Educational Management ,Vol. 25, No. 3, 2011.

72. R. Eric Landrum & Others : University Image : The benefits of Assessment & Modeling . Journal of Marketing for Higher Education , Vol. 9. Issue I , The Haworth press , Inc. , N. Y. ,1998 .

73. R. G. Sines & E. A. Duckworth : Customer Service in Higher Education , Journal of Marketing for Higher Education , Vol. 5 , Issue 29 , The Haworth press Inc. , N. Y. , 1994 .

74. Ravi Parameswaran and Aleksandra E. Glowacka : University Image An Information Process Perspective , Journal of Marketing for Higher Education, Vol. 6 , Issue 2 , Haworth press Inc. , N. Y. , 1995 .

75. Ray Barell : The UK Labor Market , Cambridge University Press , London , 1994 .

76. Richard M. Catebury : Higher Education Marketing : A challenge , Journal of Marketing for Higher Education, Vol. 9 , Issue 3 , The Haworth press , Inc. , N. Y. 1999 .

77. Robert Bob S. Topor & Elizabeth Lizpollard : "A How to" for marketing higher Education , Available online at http : // www. marketinged . com. / library / news ltr / 130 mhe . txt(. Accessed April 2000) .

78. Robert Bob S. Topor : Paradigm shifts in American Marketing Higher Education , .. Looking ahead ;Available online at : marketing higher Education Newsletter , Vol. XII , No. 4 , http : // www. marketing ed . com. (Accessed Feb 1998) .

79. Robert L. Lenington : Managing Higher Education as a Business , American Council on Education , Oryx press , USA , 1996 .

80. S. V. Scott : The academic as service provider : Is the Customer "always right" , Journal of higher Education policy & management , Vol. 21 , Issue 2 . A Carfax pub , N. Y. , 1999 .

81. Sandra S. Liu & Alan J. Dubinsky : Institutional Entrepreneurship : A panacea for Universities in Transition , European Journal of Marketing, Volume 34, Numbers 11-12 ,2000.

82. Sandra S. Liu : Integrating Strategic Marketing on an Institutional level , Journal of Marketing for Higher Education , Vol. 8 , Issue 4 , The Haworth press , Inc. , N. Y. 1998 .

83. Sandra S. Liu : The Contemporary Trend of Marketing Chinese Universities in Hong Kong , An incoming rival to British counterparts ; Higher Education Quarterly , Vol. 49 , No. 1 , N. Y. , 1995 .

84. Sarah Williams : First Moves into Entrepreneurship Teaching in UK universities , Available online at: http // www. sbaer. uca . edu / Research , html. (Accessed Jan 2002) .

85. Sharon R. Paranto & Mayuresh Kelkar : Employer Satisfaction with job skills of Business college Graduates & its impact on Hiring behavior , Journal of Marketing for Higher Education, Vol. 9 , Issue 3 , 1999 .

86. T. Romm & Others : Overseas Students in Australia A Retrospective Longitudinal Study of Pre-Purchase Expectation & Post - Purchase Satisfaction , Journal of Marketing for Higher Education , Vol. 5 , Issue 2 , The Haworth press inc. , N. Y. , 1994 .

87. Terry Catfield : A Scale for measuring student perceptions of quality an Australian Asian perspective , Journal of marketing for Higher Education , Vol. 10 , Issue 1 , 2000.

88. Terry Gatfield : The International Product Life Cycle : Theoretical Framework & Its Application to Marketing Higher Education to International Countries , An Australian / Asian perspective , Vol. 9 , Issue 1 , The Haworth press Inc. N. Y. , 1998 .

89. The American University in Cairo :Caps mission, Available online at http://www.caps.aucegypt.edu/about_us.html(Accessed Jan 2002)

90. The American University in Cairo : Career Advising & placement services , Available online at :http : // www. caps . aucegypt . edu /(Accessed Feb 2002) .

91. The American University in Cairo : 1990 / 1991 Catalog , Cairo , 1991

92. The American University in Cairo : 2001 / 2002 Catalog , printshop of the A. U. C. , Cairo , 2001 / 2002 .

93. The American University in Cairo : 2006 / 2007 Catalog , printshop of the A. U. C. , Cairo , 2006 / 2007 .

94. The American University in Cairo : Continuing Education & Training prrograms , Available online at:http : // Catalog . aucegypt . / edu / Cace / Cace 2 / Cace 2 / . html .(Accessed March 2002) .

95. The American University in Cairo : Financial support : Available online at: http : // catalog aucegypt . edu / genin fo / university / financial support , html . (Accessed Jan 2002)

96. The American University in Cairo : General Information , Campus , Available online at: http : // catalog aucegypt / geninfo / university / campus / campus /html(Accessed Jan 2002)

97. The American University in Cairo : General Information , Governance & the Board of the Trustees , Available online at:http : // Catalog. aucgypt. edu reninfo / university / Govemance / govemance. html.(Accessed Feb 2002)

98. The American University in Cairo : Online Catalog ,:Academic Support Services , Available online at: http : // Catalog aucegypt / geninfo / acadorg / acadorg / html.(Accessed Jan 2002) .

99. The American University in Cairo : Our Mission , Available online at: http : // www. auce . egypt . edu / mision / mission . html ,(Accessed Feb 2002) .

100. The American University in Cairo : Undergaduate Studies , Acad., Requirements & Regulations , Available online at http : // catalog aucegypt . edu / undergrad / acadreq / html (Accessed April 2002) .

101. The American University in Cairo : Undergaduate Studies , Admissions Available online at : http : // catalog aucegypt . edu / undergrad / admissions / html .(Accessed Jan 2002) .

102. The American University in Cairo : Undergaduate Studies , Core curriculum , Available online at: http : // catalog aucegypt . edu / undergrad / cokcurr / corcurr. html . (Accessed April 2002) .

103. The American University in Cairo :About AUC , available online at : http://www.aucegypt.edu/about/Pages/default.aspx (Accessed June 2011)

104. The American University in Cairo :Academic Organization and Support Services Available online at: http://catalog.aucegypt.edu/content.php?catoid=15& navoid =480#acad_supp_serv (Accessed June 2011)

105. The American University in Cairo : AUC Faculty Available online at: http / catalog . aucegypt . edu / geninfo / university / AUC faculty ' html (.Accessed March 2002) .

106. The American University in Cairo :MA International and Comparative Education , Available online at : http://www.aucegypt.edu/GSE/Pages/MA.aspx(Accessed June 2011)

107. The American University in Cairo :Middle East Institute of Higher Education (MEIHE) , Available online at : http://www.aucegypt.edu/GSE/MEIHE/ Pages /default.aspx(Accessed June 2011)

108. The American University in Cairo: About the Graduate School of Education , Available online at : http://www.aucegypt.edu/GSE/Pages/About.aspx (Accessed June 2011)

109. The American University in Cairo: Accreditation , Available online at: http://www.aucegypt.edu/about/Pages/Accred.aspx(Accessed June2011)

110. The American University in Cairo: Admission Available online at: http://www .aucegypt.edu/admissions/undergrad/req/Pages/Admission.aspx(AccessedJune 2011)

111. The American University in Cairo: International & Comparative Education (M.A.) Available online at: http://catalog.aucegypt.edu/ preview_program.php? catoid=15&poid=1794&returnto=474(Accessed June 2011)

112. The American University in Cairo: Professional Educator Diploma in Early Literacy Education (CELE) , Available online at : http://www.aucegypt.edu/GSE/ Programs/Pages/CELE.aspx(Accessed June 2011)

113. The American University in Cairo: Professional Educator Diploma in Integrated Technology for Classroom Teachers (ETCT) , Available online at: http://www .aucegypt.edu/GSE/Programs/Pages/ETCT.aspx (Accessed June 2011)

114. The American University in Cairo: Professional Educator Diploma in Teaching Diverse Learners (SNEC) , Available online at :http://www.aucegypt.edu /GSE/Programs/Pages/SNEC.aspx) (Accessed June 2011)

115. The American University in Cairo: Professional Educator Diploma in Educational Leadership , Available online at: http://www.aucegypt.edu/GSE /Programs/Pages/EDL.aspx (Accessed June 2011)

116. The American University in Cairo: Professional Educator Diploma Programs, Available online at: http://www.aucegypt.edu/GSE/Programs/Pages/default.aspx(Accessed June 2011)

117. The American University in Cairo: Professional Educator Diploma Teaching for Non-Education Majors (TCHG) , Available online at: http://www.aucegypt at.edu/GSE/Programs/Pages/TCHG.aspx (Accessed June 2011).

118. The American University in Cairo: Schools, Available online at: http://www .aucegypt.edu/academics/schools/Pages/default.aspx(Accessed June 2011).

119. The University of Canberra Career Services : Careers & Graduate Employment : Available online at :http : // www. Canberra. edu. au / uc / Careers / index. html.(Accessed March 2002) .

120. The University of Canberra Career Services :Available online at: http : // www. Canberra. edu au / Careers / advice. html. (Accessed March 2002) .

121. Trevor Hancock : Marketing Strategy : An Example of Planning From Australia Available online at : http : / www. / heist . co . UK . cusestudies / planning from australia , html . (Accessed Feb. 2002) .

122. University of Macau : Future Studies and Placement Centre :About Us , Available online at: http://www.umac.mo/sas/FSPC/en/index.html.(Accessed June 2011)

123. University of Macau : Student Affairs office : Available online at :http : // www. umac. / so / service 2 . html.(Accessed Jan. 2002).

124. University of Macau :Future Studies and Placement Center: career Guidance Available online http://www.umac.mo/sas/FSPC/en/careerguidance.html.(Accessed June 2011)

125. University of Macau :Future Studies and Placement Center: career Guidance Handbook :Available online http://www.umac.mo/sas/FSPC/doc/Career: DevelopmentHandbook_English.pdf .(Accessed June 2011)

126. University of Westminster : Services for Students and Graduates , Career Development Centre: Available online at :http://www.wmin.ac.uk/page-4(accessed June 2011)

127. University of Westminster : Career & Student Employment Services : Available online at :http : // www. wmin. ac. UK / Careers / employ / html. (Accessed Jan. 2002) .

128. University of Westminster : Services Available online to Students : Available online at http : // www. wmin. ac. UK / Services / html. , Accessed Jan. 2002) .

129. West Committee : Review of Higher Education Financing & Policy , Learning for life , Available online at: http : // www. deetgov. au / divisions hed / hereview . html .(Accessed Feb. 2002) .

130. Ying , G & .White , G. : The Marketization of Chinese Higher Education , a critical assessment , Comparative Education , Vol. 30 , No. 3 , A Carfax publishing , N. Y. , 1994.

131. Yu Huiming : Publishing Education for China Faces the Challenge of Development , Publishing Research quarterly , Vol. 16 , Issue 4 , Transaction pub. N. Y. , 2001 .

الفصل السادس
تفعيل العلاقة بين الجامعة وقطاع الأعمال
(حاضنات الأعمال التكنولوجية مدخلاً)

مقدمة:

تعرف الجمعية الوطنية الأمريكية NABIA(National Business Incubator Association) حاضنات الأعمال بأنها " عملية لدعم الأعمال التجارية تساعد على الإسراع في إحداث التنمية الناجحة للشركات المبتدئة والناشئة من خلال دعم ريادة الأعمال وتقديم مجموعة من الموارد والخدمات المستهدفة والهدف الرئيسي لحاضنات الأعمال هو إنتاج الشركات الناجحة التي تغادر البرنامج وهى قادرة مالياً و قادرة ذاتياً .

أي إنها بمثابة مؤسسات تهدف إلى مساعدة المؤسسات المبدعة الناشئة ورجال الإعمال الجدد وتوفر لهم الوسائل والدعم اللازمين لتخطى أعباء ومراحل الانطلاق والتأسيس كما تقوم بعمليات تسويق التكنولوجيات الجديدة ، وتعزيز الاقتصاد المحلى والوطني ونشر منتجات هذه المؤسسات ولذلك فأن الهدف الرئيسي لحاضنة الأعمال هو إنتاج الشركات الناجحة التي لديها القدرة على البقاء بذاتها".

ويصف تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام ٢٠٠٣ م حاضنات الأعمال بأنها " تمثل نمطاً جديداً من البنى الداعمة للنشاطات الابتكارية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة أو للمطورين المبدعين المفعمين بروح الريادة الذين يفتقرون إلى الإمكانيات الضرورية لتطوير أبحاثهم و تقنياتهم المبتكرة و تسويقها ، و ينطلق مفهوم الحاضنات من اعتبار المشروع الصغير أو الفكرة المبتكرة بحاجة إلى رعاية بيئة مساعدة تمكن من اكتساب مقومات النجاح و النمو و الاستمرار قبل الانطلاق إلى البيئة الحرة لإقامة مشروعات اقتصادية " .

وهكذا فان حاضنات الأعمال هي مؤسسات تنموية واقتصادية هدفها دعم ورعاية المبادرين والمبدعين والمبتكرين من خريجي الجامعات أصحاب أفكار المشروعات الطموحة كما تهدف استيعاب واستحداث وظائف ومواقع عمل وزيادة الدخل الوطني من خلال تنمية

الرأس المال المعرفي واستخدام القوى العاملة الماهرة وتحقيق التنمية المستدامة وذلك من خلال: تنمية منطقة محددة وتنمية أولويات تقنية محددة وتطوير الأسواق وتزويدها بمنتجات جديدة وربط التعليم والتدريب بسوق العمل والعمل على تنمية اقتصاد المعرفة إلى جانب تنمية اقتصاد الموارد الطبيعية وزيادة القدرة التنافسية المعرفية للدولة.و هناك العديد من أنواع الحاضنات حيث تختار كل دولة ما يناسبها حسب نظامها الاقتصادي والاجتماعي بما يخدم مصالحها في زيادة الدخل القومي والاستخدام الأمثل للقوى العاملة من خريجي الجامعات وتوفير احتياجات السوق الوطني وتعزيز قدرتها على المنافسة العالمية.

وتعود فكرة الحاضنات إلى بداية الخمسينات بعد خروج الولايات المتحدة الأمريكية من الحرب العالمية الثانية.وازدياد الكساد والبطالة وتعطل المصانع الكبيرة التقليدية حيث ظهرت الحاضنة الأولى سنة ١٩٥٦ Triaushe Park كما ظهرت الحاضنة الثانية سنة ١٩٥٩ .BTAVIA N. INCUBUTER , وفى سنة ١٩٧٣ وكنتيجة للكساد الصناعي الذى عطل صناعة الصلب وصناعة النسيج الإنجليزية وبمساعدة أمريكية بدأت أول الحاضنات الإنجليزية ومع بداية الثمانينات انتشرت فكرة الحاضنات فى أوربا الغربية ودول شرق آسيا وتعددت المسميات حسب كل دولة.

كما ظهرت فكرة الحاضنات لدى الدول العربية مع منتصف التسعينات بمساعدة الاتحاد الأوروبي والبنك الدولي حيث لعبت منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية دوراً مهماً خاصة فى دول العالم الثالث ودول أوروبا الشرقية بعد سقوط الاتحاد السوفيتي بينما تأخر ظهور الحاضنات في الصين الا إنها كانت أسرع انتشارا حتى أصبحت الصين تمثل المركز الثاني بعد الولايات المتحدة الأمريكية من حيث عدد الحاضنات.

أهداف حاضنات الأعمال:

تهدف حاضنات الأعمال إلى :

- زيادة فرصة نجاح المشاريع الجديدة.
- توفير بيئة ملائمة لنشأة المشاريع الصغيرة وحمايتها في مراحلها الأولى الصعبة.

- تحويل البحوث والدراسات إلى مشاريع ومنتجات يمكن تسويقها.
- دعم المهارات والإبداعات لدى أصحاب المشاريع الجديدة.
- ربط الصناعات الصغيرة مع بعضها (التكامل الصناعي). لتقديم مشاريع قوية للمجتمع في ا لمستقبل قادرة على الاستمرار والتطور.
- توفير البنية التحتية من الصناعات المغذية للمشاريع الكبيرة القائمة بالفعل.
- تحويل البطالة بالمجتمع إلى قوة اقتصادية قادرة على العطاء وتوفير الوظائف للغير.
- تحقيق مبدأ التنمية الاجتماعية من خلال التنمية الاقتصادية لأفراد المجتمع .
- توفير الحاضنة شبكة من الاستشاريين في المجالات الفنية والإدارية لعملائها.
- تسهيل قامة العلاقات بين عملاء الحاضنة وعملاء آخرين جدد أو قدامى أو من حاضنات أخرى.

فوائد حاضنات الأعمال : تتركز أهم فوائد الحاضنات في :

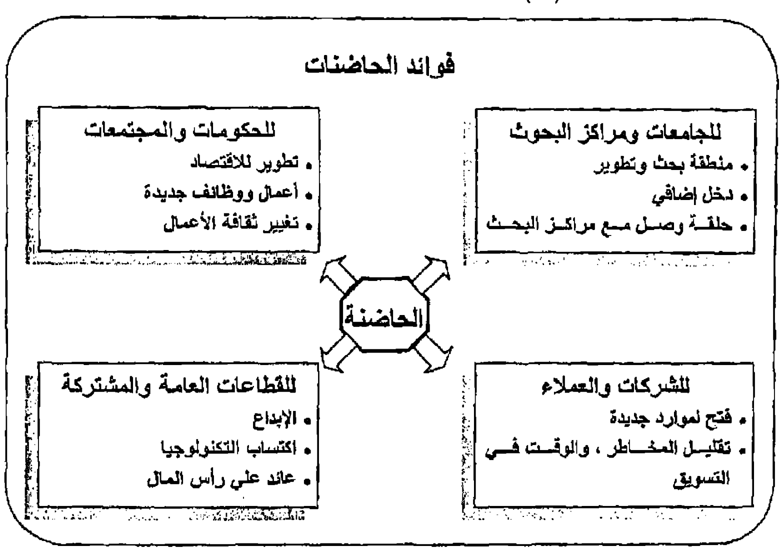
١ – توفير فرص عمل والدعم اللازم لإنجاح المشاريع،

٢ – تطوير أفكار مبتكرة خاصة في المجالات التكنولوجية الجديدة،

٣ – تنويع مجالات النشاط بالاقتصاد المحلي،

٤ – توليد النشاط والثروة على نطاق واسع عن طريق إنشاء قطاع حيوي من المشاريع الصغيرة. ويمكن إجمال هذه الفوائد في الشكل التالي :

شكل(١) يبين فوائد حاضنات الاعمال



المصدر : إدارة الفرص الاستثمارية، مركز جدة للمنشآت الصغيرة، : Retrieved 2008 from www.jcci.org.sa/JCCI/ppt

أنواع حاضنات الأعمال

هناك أربعة أنواع رئيسية من الحاضنات:

١. حاضنات الأقطاب التكنولوجية : تكون الحاضنة جزءا من مشروع متكامل يتضمن مؤسسات تعليمية أو بحثية ونطاقا متنوعا من الاهتمامات الأخرى التي تهدف إلى تحقيق تنمية المنطقة.

٢. حاضنات القطاع المحدد : تهدف هذه الحاضنات إلى استغلال موارد محلية معينة، لتطوير مشروعات أعمال جديدة في قطاع محدد، وبالتالي تصبح الحاضنة نواة للنمو المحلي.

٣. الحاضنات العامة : تخدم هذه الحاضنات الكثير من مشاريع الأعمال ، بدون تخصص محدد، غير أنها قد تركز على مجالات الابتكار. وتؤسس الحاضنات العامة بهذا الهدف أصلا أو قد تنشأ لخدمة قطاع محدد ثم تتحول إلى حاضنة عامة.

٤. الحاضنات لبناء مشاريع الأعمال : وتهدف هذه الحاضنات إلى إنشاء مشاريع الأعمال عن طريق بناء فرق الإدارة المناسبة القادرة على استغلال وتنمية فرص تجارية محددة وأيضا عن طريق انتقاء المتفوقين في هذا المجال وتغذيتهم بالمهارات والمعلومات المطلوبة : كما توجد أنواع و تصنيفات أخرى حديثة مثل حاضنات الافتراضية (عبر الانترنت)، و حاضنات الأعمال الدولية، و هذه الحاضنات تركز على التعاون الدولي والمالي والتكنولوجي بهدف تسهيل دخول الشركات الأجنبية إلى هذه الدول من ناحية، وتطوير وتأهيل الشركات القومية للتوسع والاتجاه إلى الأسواق الخارجية من ناحية أخرى.

الحاضنات التكنولوجية

تعرف دراسة محمد بن بوزيان والطاهر زياني عام ٢٠٠٧م حاضنة الأعمال التكنولوجية بأنها "نمط من الحاضنات يعنى بالتقنية ونشرها وتطوير المنشآت المتخصصة فيها والمرتبطة بها وتشجيع ومساعدة الباحثين والاكاديميين ومراكز الأبحاث ليصبحوا رواد أعمال من خلال تدريبهم وتزويدهم بالمهارات وتوفير الاستشارات والخدمات الأخرى اللازمة" وتعرف وكالة إعادة التطويربويست ساكرامينتو West Sacramento Redevelopment Agency الحاضنة التكنولوجية أيضا إلى "رعاية المبادرين و أصحاب المشاريع التكنولوجية المتقدمة من خلال تقديم مجموعة من الخدمات الشاملة (مالية،دعم فني،استشارية،الاستفادة من نتائج البحوث العلمية.....)، ونقل وترويج التكنولوجيا الجديدة و تطوير شركات الأعمال المبنية على استخدام التكنولوجيا".

ولذلك يمكن القول أن حاضنات الأعمال التكنولوجية هي الآلية المطلوبة لدعم التنمية المستدامة وتفعيل العلاقة بين الجامعة وقطاع الأعمال في هذا العصر وبالتالي فهي تمثل ضرورة ملحة وتساوي في قيمتها الدور الاقتصادي والاجتماعي والتقني الذي تلعبه

المؤسسات الأخرى في تحقيق التنمية المستدامة. ففي فرنسا على سبيل المثال كما ذكرت دراسة كل من خليدة محمد بلكبير وكريمة بكوشن عام ٢٠٠٧م يوجد حوالي ٣٠ حاضنة تكنولوجية تتبع وزارة البحث العلمي الفرنسية أقامتها الجمعية الفرنسية للحاضنات "France Incubation خلال عامين منذ إنشائها، وهذا النوع من الحاضنات يركز على احتضان أصحاب الأفكار التكنولوجية وتوفير السبل لدخولهم في شراكة للحصول على مدخلات البحث من معامل وأبحاث وأدوات من أجل الوصول إلى وضع منتج قابل للتسويق والبيع، وتعتبر هذه الحاضنات هي أولى مراحل احتضان المشروعات الجديدة التي تنتهي عادة بإنتاج العينات الأولى للمشروع ويطلق لفظ حاضنة "Pépinière d'entreprises" على المراكز التي توفر مجموعة من الخدمات الفنية والإدارية والمالية.

وفى بريطانيا بلغ عدد الحاضنات التقنية عام ١٩٨٩م ٣٦ حاضنة أغلبها تمثل مزيجاً من الاستثمار الخاص والحكومي والجامعي إلا أن بعضها كان ملكاً صرفاً للجامعات وهو الشأن بالنسبة لحديقتي التقنية بجامعة هيرووات وكمبريدج كما أشار محمد عبد الناصر عزيز في الندوة التعريفية بحاضنات التقنية والتي أقامتها جامعة الملك سعود عام ٢٠٠٧م.

والحاضنات التكنولوجية أداة هامة لدعم ونمو المشاريع الصغيرة والمتوسطه في تطوير وتنمية وتسويق منتجاتها وخاصة القائمة على المبادرات التكنولوجية الفردية، والتي تحقق معدلات نمو عالية وسريعة داخل الحاضنة من ناحية تحسين فرص النجاح في ظل المنافسة المتزايدة، فان الجامعات ينبغي علها قيادة ثقافة إنشاء هذه الحاضنات التكنولوجية لما تحدثه من تغيير فى التنمية المجتمعية بمختلف أشكالها ولاسيما وان هناك تزايد سريع في إعداد الحاضنات كما أشار عاطف الشبرواى عام ٢٠٠٥م حيث تضاعف عددها عشر مرات خلال السنوات العشرة الأخيرة لتصل اليوم إلى أكثر من ٢٠٠٠ حاضنة على مستوى العالم منها ١٥٠ حاضنة بالدول النامية .

ويساعد أسلوب الحاضنات التكنولوجية المنشآت الصغيرة في التغلب على المشاكل التي قد تؤدي إلى فشلها أو عجزها عن تحقيق إمكانات التقدم، ومن هذه المشاكل قصور نطاق

مهارات الأعمال ونقص التمويل. والواقع أن أسلوب الحاضنات يمكن تنفيذه عند مستويات مختلفة وبعدة أشكال نذكر من بينها حدائق التكنولوجيا، ومراكز الابتكار التي تهدف إلى تغذية منشآت الأعمال الناشئة لتحسين فرص بقائها.

وللحاضنات التكنولوجية انعكاسات ايجابية على مستوى الاقتصاد الجزئي والكلي فعلى المستوى الجزئي تبين ان الحاضنات استطاعت من خلال ما تقدمه من دعم للمشروعات الصغيرة رفع معدلات النجاح وخفض معدلات الفشل من هذه المشروعات حيث تشير التقديرات إلى ان معدل النجاح بين المشروعات المنتسبة للحاضنات وصلت إلى ٨٨% بينما لا تتجاوز هذه النسبة (٥٠%) بين المشروعات غير المنتسبة ، وقد تم ذلك بفعل المتابعة الدقيقة للمشروعات من نشأة فكرتها وحتى وصولها إلى مرحلة النضج ، وبفضل خفض تكاليف المشروع من خلال توفير العديد من الخدمات المجانية او بأجور رمزية او من خلال اقتسام قيمة الخدمات المشتركة على عدد كبير من المشروعات في تخفيض تكاليف المشروع الواحد مما يزيد من ربحيته ، فضلا عما توفره الحاضنات من قنوات اتصال بالمؤسسات المالية والعلمية والمشروعات الكبرى ذات الصلة بالمشروع المحتضن .

أما على المستوى الكلي فقد ساعدت الحاضنات على تحقيق الترابط بين المشروعات الصغيرة والكبيرة وبين القطاعات الإنتاجية المختلفة ، كما ساعدت على خلق العديد من الوظائف الجديدة لخريجي الجامعات ، مما أدى إلى المساهمة في حل مشكل البطالة ، فضلا عن دور المشروعات المحتضنة في زيادة الإنتاج القومي .وينظر إلى أهمية دور الحاضنات التكنولوجية في إنها من المؤسسات التي أثبتت جدواها في تفعيل دور العلوم التقنية (و التكنولوجيا) بما يسهم في توطين وتطوير التقنية وتحقيق الترابط بين نتائج البحوث والمبادرات العلمية والتقنية وبين تحويلها إلى منتجات قابلة للتسويق ، وذلك بدعم وتنمية مشروعات صغيرة غير قادرة بمفردها على مواجهة التحديات والصعوبات الاقتصادية والمالية والفنية التي تتطلبها هذه المشروعات ، ولتمكينها من النجاح والنمو حتى تكون لها قيمة اقتصادية مضافة ومقدرة تنافسية والاعتماد على الذات وحاضنات الأعمال التكنولوجية

تعمل على تهيئة الإمكانات والمتطلبات اللازمة لذوى الخبرات والمؤهلين لتنميـة أفكـارهم وتوظيف بحوثهم العلمية في الإبداع والتجديد.

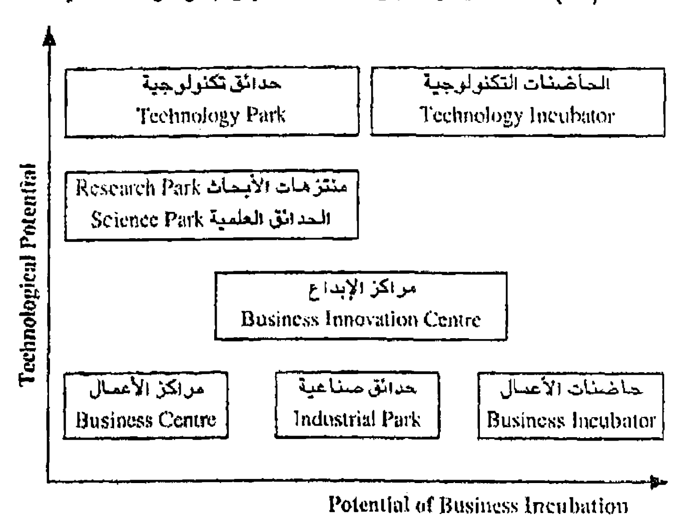
لذلك تتميز الحاضنات التكنولوجية كما يطالعنا عاطف الشبراوي فى كتابه عن حاضنات الأعمال (مفاهيم مبدئية وتجارب عالمية)عام ١٤٢٦هـ/ ٢٠٠٥م بوجـود وحـدات الـدعم العلمي والتكنولوجي، والتي تقام بالتعاون مع الجامعات ومراكـز الأبحـاث، وتهـدف إلـى الاستفادة من الأبحاث العلمية والابتكارات التكنولوجية، وتحويلها إلى مشروعات ناجحة مـن خلال الاعتماد على البنية الأساسية لهذه الجامعات، من معامـل وورش وأجهـزة بحـوث، بالإضافة إلى أعضاء هيئة التدريس والباحثين والعاملين، كالخبراء في مجـالاتهم. وتهـدف الحاضنات التكنولوجية أساساً إلى تسويق العلم والتكنولوجيا من خلال التعاقدات والاتفاقـات التي تتم بين مجتمع المال والأعمال وتطبيقات البحث العلمي.

فهي إذن ترتكز على الشراكة والتعاون كاسـتراتيجية للتنميـة الاقتصـادية. فالتقـدم التكنولوجي الذي يرتكز على القدرة على الإبداع والتجديد ينتج كنتيجة للتنسيق بين مبـادرات القطاعات البحثية أو التي تعمل على تطوير التكنولوجيات والإبداع من جهة وموارد الدولـة والقطاع الخاص من جهة أخرى وذلك من خلال وداخل الإطار المحلـي، والقـومي للنمـو الاقتصادي. لذلك فان الحاضنات التكنولوجية تستطيع دعم مجهودات المجتمع في إقامة تنمية تكنولوجية حقيقية، وتنشيط البحث العلمي من خلال رعاية التعاون بـين أصـحاب الأفكـار الإبداعية والباحثين والأكاديميين من جهة، ومجتمع الاستثمار والجهات التمويلية مـن جهـة أخرى. هذه الشراكة الجديدة تعتمد جوهرياً على :

- سياسات وطنية واضحة لدعم وتنمية التكنولوجيا .
- قطاع اقتصادي خاص نشيط ومتطور .
- برامج موجهة لتنمية الإبداع والابتكار .
- أبحاث أكاديمية واختراعات ذات جدوى اقتصادية وقابلية للتطبيق .



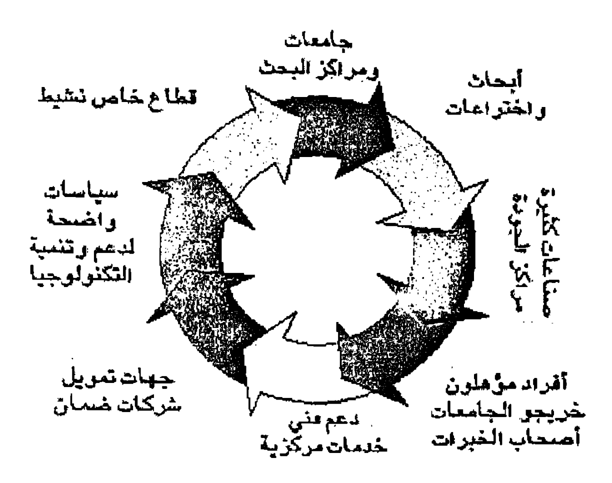
شكل (٢) التكامل والترابط بين الحاضنة التكنولوجية والمؤسسة العلمية



المصدر: عاطف الشبراوي : حاضنات الأعمال مفاهيم مبدئية وتجارب عالمية، ٢٠٠٥.

لذلك فالسياسات التي تدعم وتروج للتكنولوجيات الجديدة من خلال دعم هـذه النوعيـة الجديدة من الشراكة التكنولوجية، يمكن أن تعيد تعريف الدور الذي يمكن أن تلعبـه المعاهـد البحثية والجامعات في عمليات التنمية الاقتصادية في عالمنا المعاصر، من خلال اسـتحداث وإنتاج وتسويق التكنولوجيات الجديدة، والتكامل والترابط بين الحاضنة التكنولوجية والمؤسسة العلمية التي تتعاون معها أو تستضيفها يجب أن لا تتعدى إطار التعاون الفنـي والتسـويقي، ويجب وضع تحفظات كبيرة على البعد الإداري الذي يجب أن يظل في مرونة كافية ، وبدون تدخل إداري لهذه الهيئات العلمية في الإدارة الفعلية للمشروعات كما أكد عاطف الشـبرواى عام ٢٠٠٥ م ويتضح هذا التكامل من خلال الشكل التالي :

شكل (٣) يبن شبكة العلاقات التي تربط الحاضنة التكنولوجية



المصدر عاطف الشبراوي : حاضنات الأعمال مفاهيم مبدئية وتجارب عالمية،٢٠٠٥ .

يتضح من الشكل السابق أن هناك شبكة من العلاقات تربط عمل الحاضنات التكنولوجية بالجامعات وتتضمن القطاع الخاص وخريجي الجامعات...وغيرهم من المستفيدين.

أنواع الحاضنات التكنولوجية:

قسمت نائلة حسيين عطار في الندوة التعريفية بحاضنات التقنية بجامعة الملك سعود عام ٢٠٠٧م حاضنات التقنية بالجامعات ومراكز البحوث إلى نوعين:

١- حاضنات أعمال تكنولوجية:

تركز على تنمية ورعاية الأفكار الإبداعية والأبحاث التطبيقية والعمل على تحويلها من مرحلة البحث والتطوير إلى مرحلة التنفيذ ، من خلال إقامة مشروع صغير، وتعظم بذلك دور المشروعات الصغيرة التكنولوجية كأحد أهم آليات التطور التكنولوجي من حيث

قدرتها الفائقة على تطوير وتحديث عمليات الإنتاج بشكل أسرع وبتكلفة أقل كثيراً عن الشركات الضخمة ذات الاستثمارات العالية وإقامة حاضنات تكنولوجية متخصصة في قطاعات محددة تعمل على تسهيل نقل وتوطين التكنولوجيا الحديثة والمتطورة وتذكر الإحصائيات أن ٢٧% من مجموع حاضنات أعمال التكنولوجيا بالولايات المتحدة الأمريكية ترتبط بالجامعات بينما تصل هذه النسبة في الصين إلى أكثر من ٩٥% ،فالحاضنة التكنولوجية تلعب الدور المحورى فى ربط الجامعة بقطاع الاعمال.

٢- حاضنات أبحاث تكنولوجية:

ويرتكز دور هذه الحاضنة في تبنى و إنجاز مشاريع بحثية أو إنتاجية أو خدمية أو استحداث تكنولوجيا جديدة وخلق قنوات اتصال بين المشروعات الملتحقة بالحاضنة ومراكز الأبحاث الأخرى محليا ودوليا والاستفادة المتبادلة بين هذه المراكز لمعرفة متطلبات السوق العالمي من أحدث المخترعات.

لماذا الحاضنات التكنولوجية بالجامعات :

هناك العديد من الخدمات التي تقدمها حاضنات الأعمال التكنولوجية للجامعات نخص منها على سبيل المثال لا الحصر ما يلي:

- دعم روح المبادرة لدى الشباب خاصة خريجي الجامعات وخلق فرص عمل لذوى الكفاءات والمواهب.
- التشجيع على بعث المشاريع المجدّدة ذات البعد التكنولوجي .
- الرّفع من نسق إحداث المؤسّسات وضمان أفضل الظروف لديمومتها .
- دعم الشراكة بين الجامعة والمؤسّسات (المحيط الاقتصادي) .
- تسويق ونقل التكنولوجيا فهي ترتبط بمؤسسات البحث و الجامعات وبعض قواعد التكنولوجيا بهدف الأغراض التجارية.
- دعم ورعاية وتفعيل نتائج البحوث التكنولوجية وتحويلها إلى مشروعات صغيرة، وهي بهذا أداة فعالة من أدوات التنمية والتطوير التكنولوجي.

- تنمية روح المخاطرة وثقافة المقاولة (الريـادة) Entrepreneurship فـي المجتمـع والجامعات.
- خلق تواصل بين الجامعات ومراكز التدريب ومراكز البحث العلمي ومختلف الأنشطة الاقتصادية يساعد في تسويق الاختراعات وتسويقها للمسـتثمرين، ويخلق لطلاب الدراسات العليا والباحثين استخدام أمثل لكفاءتهم وقدراتهم.
- تطوير القدرات والبني التحتية التكنولوجية المحلية ذات الأهمية الكبيرة فـي التنمية الاقتصادية من خلال المساهمة في تسهيل الحصول على التكنولوجيـا، وتحويل الأبحاث الناجحة إلى فرص تسويقية .
- القيام بدور مركز التدريب للاكاديمين والباحثين للجامعات ومراكز الأبحـاث قصد تدريبهم وتزويدهم بالمهارات الأساسية اللازمة لإدارة الأعمال.
- تقديم المشورة في الإدارة والتخطيط والتدريب والتسويق وتقديم الدعم الفنـي من خلال باحثين وتقنيين وأدوات تقنية مساعدة؛ كما تسهل هذه الحاضـنات في الحصول على التمويل اللازم .

أماكن تواجد الحاضنات التكنولوجية والشرائح المستفيدة منها :

تتواجد الحاضنات التكنولوجية عادة ضمن عدة أماكن مثل الجامعات ومراكز البحوث والتطوير ومدن العلوم وحدائق العلوم والتكنولوجيا ومراكز الابتكار والتجديد وبالإضافة إلـى هذه الأماكن يمن أن تتواجد ضمن المؤسسات أو الشـركات التـي تسـعى إلـى احتضـان المؤسسات الصغيرة المبدعة للاستفادة من الخدمات والخبراء والبحوث المقدمة من قبل الطلبة والأستاذة ويستفيد من الحاضنات التكنولوجية الفئات التالية :-

- حاملو أفكار مشاريع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT).
- خريجو الجامعات ذات الاختصاصات المناسبة.
- أصحاب المشاريع والأفكار التي تصب في هذا المجال.

دور الحاضنات التكنولوجية في دعم التنمية المستدامة:

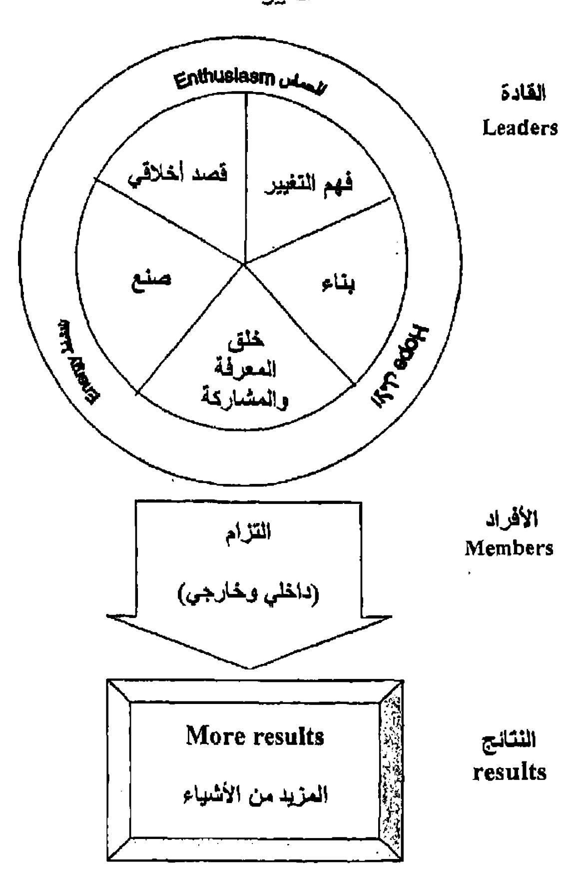
يقصد بالتنمية المستدامة التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون الإخلال بقـدرات الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها ... إنها عملية تغيير يجري من خلالها استغلال الموارد وتوجيه الاستثمارات ، وتكييف التنمية التقنية والتطوير المؤسسي بتناسق يعـزز الإمكانيـات الحاضرة والمستقبلية في تلبية احتياجات البشر وتطلعاتهم . ويعرف التنمية المستدامة تقريـر لجنة Brandt land. لسنة ١٩٩٧ م كما جاء في دراسة كمال رزيق عام ٢٠٠٥ م، علـى أنها " تلبية حاجات الأجيال الحالية دون المساس بإمكانية تلبية حاجات الأجيال القادمة".

وبالنظر إلى هذا التعريف الموجز نجد أنه يطرح عدد من القضايا الهامة التي تتطلـب قيادة ثقافة التغيير في المجتمع .فقيادة ثقافة التغيير في المجتمع علي حد تعبير مايكل فـولان Fullan عام ٢٠٠١م في كتابه LEADING A CULTURE OF CHANAGE يقوم على خمس متطلبات أساسية نحتاج إليها من أجل التعامل مع التغيير المستمر ومواجهته وهى القصـد الأخلاقـي Moral purposeوفهـم التغييـرUnderstanding Change وبنـاء العلاقـاتBuilding Relations وخلـق المعرفـة Creating Knowledge والتماسـك Coherence وفى ظل تلك الكفايات الخمس هناك خصائص شخصية ينبغي أن يمتلكها القائد الفعال يمكن أن تكون سبباً أو نتيجة لتلك الكفايات وهى :

- الطاقة أو النشاط Energy.
- الحماس Enthusiasm.
- التفاؤل Hopefulness .

ومتطلبات قيادة ثقافة التغيير يلخصها الشكل التالي الذي طرح الأفكار التي حددها فولان Fullan في كتابه LEADING A CULTURE OF CHANAGE لتقبل التغيير والأخذ باليات حاضنات الأعمال التكنولوجية لما تقدمه من حلول عملية ومزايا تنافسية تكفل فرص النجاح والنمو و الاستمرارية على النحو التالي :

شكل(٤) يبين الإطار العام للقيادة التربوية كما يراها Fullan في كتابه القيادة في ظل ثقافة التغيير



Source:Michael Fullan : Leading in a Culture of Change ,2001.

والحاضنات التكنولوجية تسهم مساهمة ايجابية في تعزيز القدرة التنافسية التكنولوجية لاسيما في ظل تزايد الفجوة التكنولوجية بين الدول المتقدمة والنامية الأمر الذي يتطلب تقبل

التغيير الذي ستحدثه آلية الحاضنات التكنولوجية التي تم ابتكارها في العقدين الأخيرين والتي أثبتت جدواها وفعاليتها في تنفيذ برامج التنمية الاقتصادية والاجتماعية . لما تقدمه من حلول عملية ومزايا تنافسية تكفل فرص النجاح والنمو و الاستمرارية.

ونظراً لاعتماد اقتصاد الدول المتقدمة بشكل أساسي على المشروعات الصغيرة والمتوسطة، حيث نجد على سبيل المثال أن أكثر من ٧٥ في المائة من جميع الشركات في بريطانيا، تعتبر شركات صغيرة ومتوسطة.

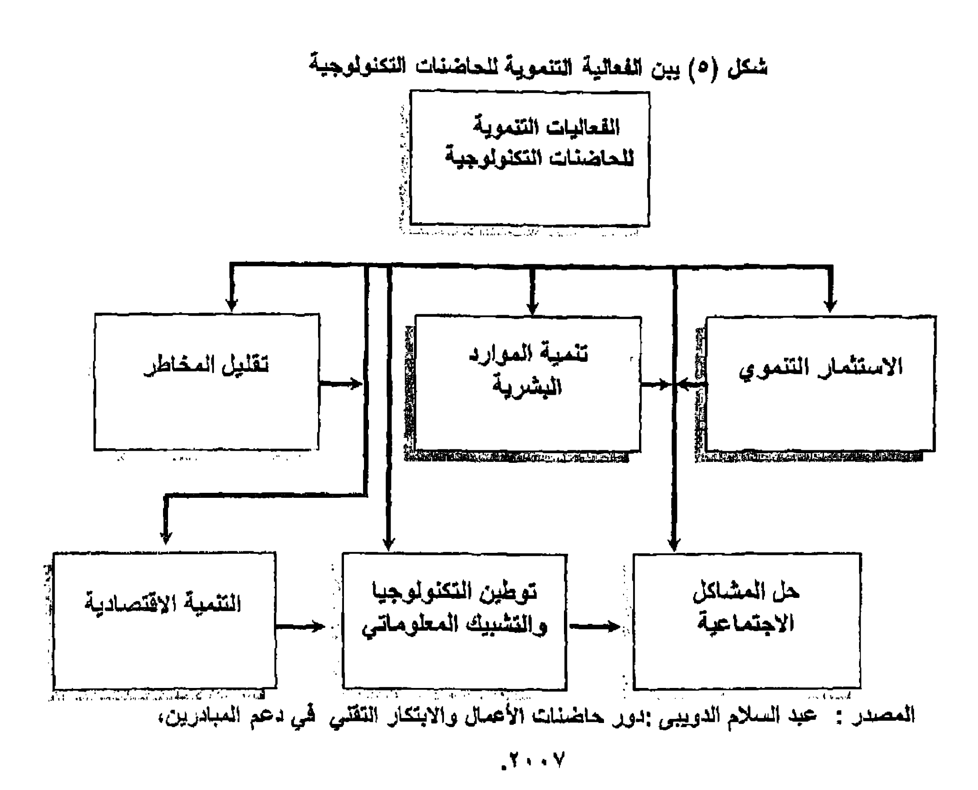
ومن هذا المنطلق ومن أجل المحافظة على النمو الاقتصادي في هذه الدول كان لابد من العمل على الحفاظ على ديناميكية وحيوية هذا القطاع المهم من الاقتصاد القومي. لذا وجب البحث عن آلية تساعد ليس فقط في خلق فرص عمل جديدة، بل أيضاً في دفع الاقتصاد وتنشيط عمليات نقل التكنولوجيا.

ومن هنا نجد أن آليات عمل حاضنات المشروعات الصغيرة أو الأعمال، خاصة حاضنات التكنولوجيا تأتي في مقدمة الحلول العملية التي قامت العديد من الدول الصناعية المتقدمة بتوظيفها.

فعالية الحاضنات التكنولوجية في دعم التنمية المستدامة :

تتواصل أهمية حاضنات الأعمال والابتكارات التكنولوجية مع سيرورة التنمية البشرية المستدامة في المجتمع عموماً وتنمية الموارد البشرية علي وجه الخصوص ، وذلك لكونها برنامج تنموي فاعل أثبت جدارته في معظم بلدان العالم خاصة في كونها تسهم في خلق فرص عمل مجدية علي المستوي الفردي والاجتماعي والاقتصادي وكذلك في تمكين ذوي المهارات والابتكارات والمبدعين من مخرجات التعليم العالي والمهني من تفعيل مبادراتهم وتحويلها إلي مشروعات واعدة، في مجمل توجهات الحاضنات التكنولوجية نحو التنمية البشرية المستدامة ودعم المبادرين ويمكن توضيحها من خلال الشكل التالي :

شكل (٥) يبين الفعالية التنموية للحاضنات التكنولوجية



المصدر : عبد السلام الدويبى :دور حاضنات الأعمال والابتكار التقني في دعم المبادرين، ٢٠٠٧.

ويمكن تتبع أهم فعاليات الحاضنات التكنولوجية في دعم التنمية المستدامة والتي أشار إليها عبد السلام الدويبى في الحلقة الدراسية حول المشروعات الصغرى والمتوسطة عام ٢٠٠٧م على النحو التالي :

أولاً : الفعالية التنموية الاستثمارية:

يشير هذا البعد التنموي للحاضنات التكنولوجية إلى كونها تتعامل مع المبادرات بمشروعات صغري وابتكارات تكنولوجية لها أهميتها ومردوديتها ضامنة لها جملة من المعطيات لكي تنشأ وتنمو وتتمكن من شق طريقها كشريك فاعل في منظومة الاقتصاد الوطني فالمشروعات والأعمال الصغرى والابتكارات التكنولوجية تحتاج إلي وسط داعم وحضانة كفاءة تهيئ لها فرص النجاح وتقيها من تداعيات المخاطرة وتزيد من مقدرتها التنافسية .

ثانياً : فعالية الحاضنات في تنمية الموارد البشرية

تأتي فكرة تأسيس حاضنات المشروعات والابتكارات التكنولوجية لتلافي التحديات من جانب ولترسيخ ثقافة المبادرة وتوسيع دائرة الملكية والمشاركة في النشاط الاقتصادي وليكون ذلك لتفادي الأساليب التقليدية في تكديس الموارد البشرية والتركيز بدلاً عن ذلك علي أساليب جديدة تربط بين تخطيط وتنمية الموارد البشرية وتسهيلات الإقراض والائتمان ودعم ومساندة المشروعات الصغرى المجدية ومساعدة الداخلين الجدد لسوق العمل والمحولين من قطاع الخدمة المدنية علي بعث وتشغيل مشروعاتهم التشاركية والفردية الأمر الذي يسهم في مواجهة مشكلة البطالة وخاصة بطالة الشباب من خريجي الجامعات التي تعد من التحديات التنموية التي تواجهها الشعبيات . ولذلك تسعى الحاضنات التكنولوجية إلى تنمية الطاقات البشرية المبدعة والخلاقة وإلى التعريف بالمفاهيم الجديدة وتوفير الأدوات اللازمة لتطبيقها.

ثالثاً : فعاليات الحاضنات في تقليل المخاطرة

لعل هذا البعد قد اسهم في تأكيد التوجه نحو تأسيس حاضنات الأعمال والابتكارات التكنولوجية وفي هذا السياق تشير المرجعيات المتاحة إلي أن احتمالية نجاح المشروعات الصغرى تتدنى لتصل إلي أقل من ٥٠% بالنسبة للمشروعات التي لا يتم رعايتها في الحاضنات وترتفع لتصل إلي ما يفوق ٨٠% للمشروعات التي يتم تأسيسها وبدايتها في إطار الحاضنات النوعية التخصصية . إن مواجهة المشروعات الصغرى للمخاطر عبر إمكانيات الحاضنات يجعلها أكثر أماناً وقابلية للنجاح لأن دور الحاضنات هو دور تمكيني .

رابعا: فعالية الحاضنات في نقل وتوطين التكنولوجيا :

تنطلق فكرة الحاضنات من كونها مجال يتيح للمبادرين التكنولوجيا المتطورة التي تساعدهم علي تأسيس وإدارة واستدامة مشروعاتهم ، فهي تركز علي إعداد الموارد البشرية وتمكينها من الاستفادة من التكنولوجيا المتطورة لأنها لا تركز علي حل مشكلة خريجين يبحثون عن عمل بقدر ما تركز علي تنمية موارد بشرية قادرة علي خلق فرص عمل وتوظيف تقنيات العصر .وتزيد من مقدرة الحاضنات علي نقل وتوطين التكنولوجيا وتوظيف نتائج البحث العلمي تواصلها مع الجامعات والمراكز البحثية.

خامسا :فعالية المساهمة في حل المشاكل الاجتماعية ومهددات السلم الاجتماعي :

ينظر إلي حاضنات الأعمال والابتكارات ليس فقط من حيث دورها الاقتصادي ، بل وأيضاً من حيث كونها فعالية لها أهميتها في مواجهة المشاكل الاجتماعية كالبطالة والفقر والتفكك الاجتماعي وغيرها من المشاكل والسلوكيات الاجتماعية المنحرفة .فالحاضنات تهتم بدعم ومساندة ورعاية المبادرين والمبتكرين لمشروعات صغري قادرة علي استيعاب أعداد متزايدة من العمالة وخلق فرص عمل وهي بهذا تمثل برنامجاً تنموياً فاعلاً في التصدي للمشكلات الاجتماعية الناجمة عن البطالة هدر الموارد البشرية .

بعض التجار ب الأجنبية في مجال عمل الحاضنات التكنولوجية

أولاً : تجربة المملكة العربية السعودية

كشف سمو الأمير الدكتور تركي بن سعود بن محمد آل سعود نائب رئيس مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية لمعاهد البحوث عن العزم على إنشاء عدد من الحاضنات في جامعات المملكة . وأوضح سمو الأمير الدكتور تركي بن سعود أن مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية ستقدم كل الدعم والمساعدة للإسهام في إنجاح هذا المشروع، سعياً لتحقيق تطلعات الخطة الوطنية الشاملة للعلوم والتقنية التي أكدت على أهمية إنشاء مناطق التقنية والحاضنات، وإنشاء مراكز التميز، وإعداد برامج للتقنيات الإستراتيجية ولتوطين التقنية الحديثة . وبين سموه أن الحاضنات مشروع وطني تشارك فيه العديد من الجهات يهدف إلى توطين التقنية وإرساء البنية التحتية لإستراتيجية الصناعة في المملكة على أساس الربط الإيجابي بين المؤسسات البحثية والقطاع الصناعي ، ويسهم في احتضان الأفكار العلمية وبلورتها في قالب تقني ذو جدوى اقتصادية . وعن الجهات المشاركة في حاضنات التقنية، بين سموه أن هناك العديد من الجهات منها مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، وهيئة الاتصالات وتقنية المعلومات، ووزارة التجارة والصناعة، والهيئة العامة للاستثمار، والجهات الحكومية الداعمة، البنوك وصناديق التمويل، الشركات الكبرى، الجامعات، الجمعيات العلمية، ورجال الأعمال، مشيرا الى ان التعاون بين المدينة والجامعات مستمر في هذا المجال وجاري مؤكدا على ان أن التوجه حالياً قائم لسد الفجوة بين البحوث والصناعات القائمة، والعمل على تحويل نتائج هذه البحوث لخدمة القطاع الصناعي بشكل عملي من خلال الحاضنات.

نموذج حاضنة الأعمال بجامعة الملك عبد العزيز في المملكة العربية السعودية :

منظومة الأعمال والمعرفة (المنظومة) هي كيان من كيانات الجامعة التي يُتأمل منها أن تدعم وتمكّن قطاع الصناعة والخدمات القائمة على المعرفة، عن طريق خفض تكلفة التشغيل ورفع قدرتهم التنافسية من خلال الاستفادة من :

- أدوات المعرفة المتوفرة بالجامعة أساتذة وفنيين وطلاب ومعامل وأبحاث .
- إمكانيات الجامعة الأخرى وتهدف منظومة الأعمال والمعرفة (المنظومة) إلى
- تفعيل الإمكانات المتميزة للجامعة سواء البشرية أو الفكرية أو المادية.
- تعزيز نوعية مخرجات التعليم والبحث في الجامعة.
- موائمة نشاطات الجامعة ومخرجاتها مع المتطلبات الاقتصادية المحلية والإقليمية.
- رفع مستوى تفاعل أعضاء هيئة التدريس مع قطاع الصناعة والخدمات.
- رفع مستوى تدريب الطلاب وإكسابهم الخبرات العملية المطلوبة.
- خدمة المجتمع. وتتكون المنظومة من أربع قطاعات تشمل :

١- حدائق المعرفة :

توفر بيئة عمل ذكية ومتكاملة للصناعات والخدمات القائمة على المعرفة، وتمكّن الشركات المقيمة من الاستفادة من أعضاء هيئة التدريس والطلاب وإمكانات الجامعة المختلفة، كما تعمل على استقطاب شركات محلية وعالمية رائدة في مجال الصناعات والخدمات القائمة على المعرفة، وبالإضافة إلى ذلك فإن حدائق المعرفة توفر مواقع مخصصة للشركات المقيمة المؤهلة لبناء معاملها ومنشآتها الخاصة .

٢- بيوت الخبرة:

بيوت خبرة متميزة في مجالات متخصصة تقدم خدماتها الاستشارية والبحثية إلى القطاع الخاص والعام بشكل مباشر تحت إشراف الجامعة، تخدم الصناعات والخدمات القائمة على المعرفة من خلال دعم أعضاء هيئة التدريس لتمكين بيوت الخبرة من خدمة هذه الصناعات.

٣- المعامل المركزية :

معامل متخصصة تقوم بعمل الاختبارات التقنية المتقدمة والدراسات التحليليـــة وتفســيرها، تعنى باستثمار المختبرات والمعامل المميزة وخبرات أعضاء هيئة التدريس والفنيين بالجامعة وتوفير المتطلبات الإدارية والعلمية والقانونية والتنظيمية لتفعيـــل هـذه الإمكانـــات لخدمـــة الصناعات القائمة على المعرفة.

٤- حاضنات الأعمال :

هي البيئة المســاندة المحفــزة للمشاريع المبدعة المبتدئة والقائمة لطلاب وخريجي جامعــة الملك عبد العزيز والتي توفرها وتهيئها الجامعة وتزودها بآليات النجاح للنهوض بالصناعات والخدمات القائمة على المعرفة .وسنتحدث عـــن حاضـنات الأعمـــال وحـــدائق المعرفـــة باعتبارهما من أهم قطاعات منظومة الأعمال والمعرفة بجامعة الملك عبد العزيز:

أولا :منظومة حاضنات الأعمال بجامعة الملك عبد العزيز :

الرؤية :

احتضـــان الأفكار الاستثمارية والإبداعيـــة لطلاب وخريجي الجامعـــة ورعايتهـــا . فهي البيئة المساندة المحفزة للمشاريع المبدعة المبتدئة والقائمة لطلاب وخريجي جامعة الملك عبد العزيز والتي توفرها وتهيئها الجامعة وتزودها بآليات النجاح .

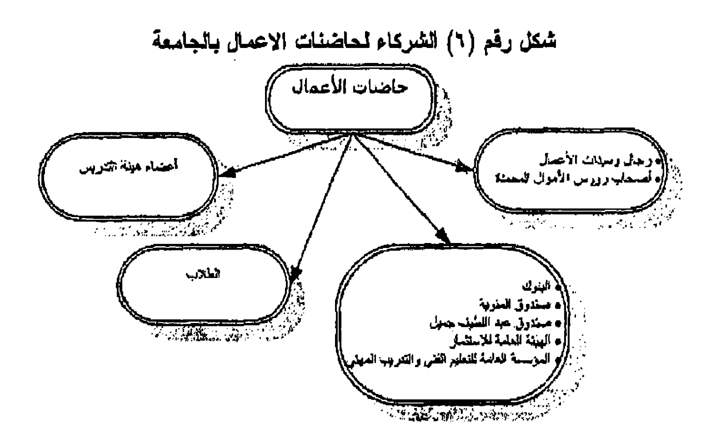
الرسالة :

إتاحة الفرص لطلاب وخريجي الجامعة لتحويل أفكارهم الإبداعية إلى فرص عمل حقيقيـــة. ولذلك تتعامل الحاضنة مع الفئات التالية :

- الملتسب : الشخص الذي تتوفر فيه شروط الاحتضان ولديه مشروع قائم أو يرغـــب فـــي احتضانه.
- المستفيد : الشخص الذي لا يرغب في احتضان مشروع بعينه وإنما الاستفادة من خـــدمات الحاضنة (المتمثّلة في التدريب، التعرّف على كيفية إعداد دراسات الجدوى، الاستفادة مـــن الدراسات القائمة بما يتعلّق بالتسويق) أو خدمات القطاعات الأخرى بالمنظومة.

- العضو : الشخص الذي يقدّم خدمات مساندة للمنتسبين سواء كانت (بحثية/ إدارية/ فنيـــة/ إشرافية). و يمكن تحديد الشركاء الذين يتعاملون مع الحاضنات ما يلى :

شكل رقم (٦) الشركاء لحاضنات الاعمال بالجامعة

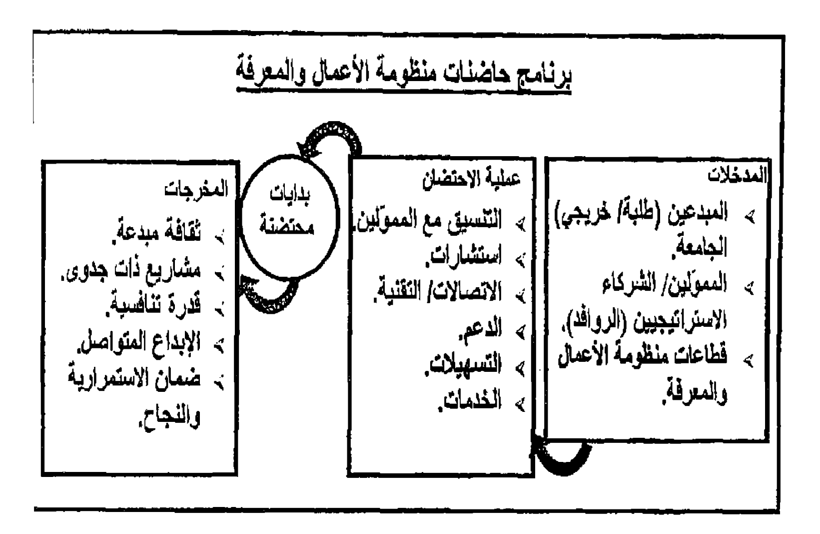


المصدر :جامعة الملك عبد العزيز : منظومة الأعمال والمعرفة ، حاضنات الأعمال، 2008 from Retrieved http://www.kau.edu.sa/administration/bka/kb/incub_vision.html

الأهداف :

- توفير بيئة إيجابية لاحتضان الأفكار الاستثمارية الإبداعيـــة والأعمـــال الرائـــدة للطـــلاب والخريجين داخل الجامعة.
- رعاية الأفكار المحتضنة حتى تصبـــح واقعـــاً ملموســـاً.
- تكويـــن جيـــل من العصاميين قـــادراً على إيجاد فـــرص عمـــل استثمارية له ولغيره.
- رفع مستوى الوعي لـــدى الطلاب والخريجين بأهميـــة قطـــاع المنشـــآت الصغيـــرة والمتوســـطة، ويتضح برنامج حاضنات منظومة الأعمال والمعرفة مـــن خـــلال الشـــكل التالي:

• شكل(٧) يبين حاضنات الأعمال كمنظومة



صدر : جامعة الملك عبد العزيز، منظومة الأعمال والمعرفة، حاضنات الأعمال، 008 from
http://www.kau.edu.sa/administration/bka/kb/about_incub.html Retrieved

نلاحظ من الشكل السابق أن حاضنات الأعمال منظومة تشمتل على المكونات الأساسي ل المنظومة (المدخلات – العمليات – المخرجات) و التي تتفاعل أجزائها مع بعضه ض لتحقيق الأهداف المنشودة للحاضنات بالجامعة .

يمة المضافة لحاضنات الأعمال بجامعة الملك عبد العزيز في المملكة العربية السعودية:

يمكن توضيح القيمة المضافة لحاضنات منظومة الأعمال بجامعة الملك عبد العزيز خلال الجدول التالي:

جدول (١) يبين القيمة المضافة لحاضنات منظومة الأعمال بجامعة الملك عبد العزيز

١) القيمة المضافة للمستفيد:	٢) القيمة المضافة للعضو:
• تكامل الخدمات بين مراكز المنظومة. • توفير مظلة قانونية نظامية. • الاقتران باسم الجامعة. • استشارات وتدريب. • برامج العصاميين والمتميّزين. • توفير ورش عمل. • الاستفادة من الخدمات المتوفرة في كيانات المنظومة الأخرى. • التكلفة المعقولة. • تكامل الجامعة والمجتمع.	• المساهمة في احتضان الأفكار الإبداعية. • تكامل الخدمات بين مراكز المنظومة. • توفير مظلة قانونية نظامية. • الاقتران باسم الجامعة. • استشارات وتدريب. • التعليم التفاعلي النشط. • تكامل الجامعة والمجتمع.
٣) القيمة المضافة للمنتسب:	**٤) القيم المضافة للمجتمع:**
• تكامل الخدمات بين مراكز المنظومة. • التدريب والتأهيل ما قبل الاحتضان. • توفير مظلة قانونية نظامية. • حماية حقوق المنتسبين. • الاقتران باسم الجامعة. • استشارات وتدريب. • برامج العصاميين والمتميّزين. • تكامل وتبادل المعلومات. • توفير ورش عمل. • الاستفادة من التسهيلات المتوفرة بالحاضنة. • التكلفة المعقولة. • التعليم التفاعلي النشط. • تكامل الجامعة والمجتمع.	• منطقة بحث وتطوير. • تعاون مع قطاع الأعمال. • حلقة وصل مع مراكز البحث والتطوير. • تنمية للاقتصاد. • توفير فرص عمل جديدة. • فتح آفاق جديدة للأعمال. • تقليل المخاطر والوقت في التسويق. • الإبداع. • اكتساب وتوطين التقنية. • مسئولية اجتماعية .

شروط المتقدمين بطلب احتضان مشروع ومعايير اعتماده :

تتضمن شروط المتقدمين بطلب الاحتضان ومعايير اعتماده ما يلي :

اولا: شروط المتقدمين بطلب احتضان

- أن يكون من طلاب أو خريجي جامعة الملك عبد العزيز.
- أن يكون سعودي الجنسية.
- أن يلتزم بأوقات الدوام في مقر الحاضنة.
- أن يكون غير مرتبط بوظيفة مع إحدى منشآت القطاع الخاص أو المؤسسات الحكومية.
- في حال وجود شركاء يجب أن يكونوا جميعهم من طلاب أو خريجي جامعة الملك عبد العزيز.
- أن يكون المشروع من إعداد المتقدم ويمكن للمتقدم استخدام كل أو جزء من دراسة أو مشروع كان قد أعدها كمتطلب لمادة دراسية سابقة، ويجب أن يحصل على إذن خطي من زملائه الذين شاركوه في تلك الدراسة أو المشروع للسماح له باستخدامها للتقدم للحاضنة.
- تحدد اللجنة التنفيذية أي شروط إضافية للمفاضلة بين المتقدمين مثل تحديد سنوات الأقدمية وغير ذلك.
- كل ما لم يرد بشأنه نص أعلاه يسري عليه أنظمة ولوائح وتعليمات الجامعة.

ثانيا: معايير اعتماد المشروعات:

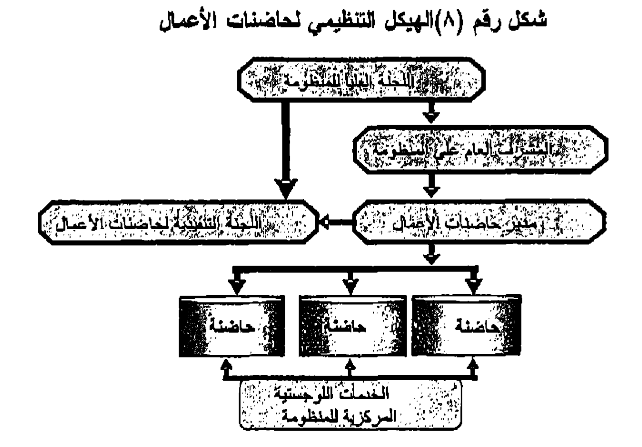
- أن يستوفي المتقدّم شروط طلب احتضان مشروع.
- أن تكون فكرة المشروع متميزة، قابلة للتطبيق، ولها احتياج وتطبيق مباشر في المجتمع.
- أن يثبت المتقدّم (المتقدّمون) قدرته، وحماسه في الإقدام على تنفيذ المشروع.
- أن يكون المشروع ذو علاقة بالقطاعات الخدمية أو الصناعية.
- وجود خطة عمل إستراتيجية مفصلة ومتكاملة من قبل القائمين على المشروع تتضمن التسويق، والدراسات التقنية والمالية [نوع النشاط وطبيعته- أهدافه- متطلبات تنفيذه (مثل المساحة المطلوبة، عدد الموظفين أو العمالة، حجم الاستثمار، تقدير قيمة التمويل المطلوب)].

- الحد الأقصى لمدة الانتساب ثلاث سنوات، يتم خلالها تهيئـة المشـروع للاسـتقلالية أو الانتقال إلى أحد كيانات المنظومة الأخرى.
- الجدوى الاقتصادية المبدئية للمشروع، فاعليته التنمويـة، وخدمـة المجتمـع والاقتصـاد الوطني.
- تحدد اللجنة التنفيذية بناء على ما تقدّم إمكانية قبول المشروع ومدى حاجته لفترة ما قبـل الاحتضان من عدمه.

الهيكل التنظيمي:

يشمل الهيكل التنظيمي لحاضنات الاعمال ما يتضح من الشكل التالي :

شكل رقم (٨)الهيكل التنظيمي لحاضنات الأعمال



المصدر : جامعة الملك عبد العزيز، منظومة الأعمال والمعرفة حاضنات الأعمال الهيكل التنظيمي Retrieved 2008 from
http://sms.kau.edu.sa/Content.aspx?Site_ID=191&lng=AR&cid=4848

يتضح من الشكل السابق ان الهيكل التنظيمي لمنظومة حاضنات الأعمال بالجامعة تشمل (مدير الحاضنة ومشرف عام على العمل بالحاضنة واللجان العليا التي تتولى وضع اللـوائح

والقوانين والقواعد التي تنظم العمل واللجنة التنفيذية لتنفيذ المهام والأنشطة وتقديم الخدمات المختلفة).

ثانيا: حدائق المعرفة بالجامعة:

حدائق المعرفة هي كيان يضم نخبة من الشركات العاملة في مجال الصناعات والخدمات القائمة على المعرفة تقع في جامعة الملك عبد العزيز بجدة وتقوم بما يلي (٥٨) :

- توفير بيئة عمل متميزة للصناعات القائمة على المعرفة، تقدم جميع الخدمات الأساسية والداعمة.
- تسهيل الوصول إلى أعضاء هيئة التدريس والطلاب، وإمكانات الجامعة البحثية ووسائل التمويل المالي.
- توفير خدمات الاحتضان والدعم الفني والتقني من خلال أطراف ثالثة.
- استضافة المعارض وورش العمل.
- استضافة مبادرات منظومة الأعمال والمعرفة الأخرى، وتكون بوابة لها.

الرؤيــــــة :

مركز إقليمي للتميز في صناعات وخدمات قائمة على المعرفة.

الرسالــة :

إنشاء واحتضان بيئة عمل محفزة للصناعات والخدمات القائمة على المعرفة ترتكز على قدرات الجامعة والمميزات المحلية والوطنية وتستند إلى التجارب العالمية الرائدة .

القيمة المضافة لحدائق المعرفة بجامعة الملك عبد العزيز فى المملكة العربية السعودية:

تتضمن القيمة لقطاع حدائق المعرفة ما يلى :

القيمة المضافة للجامعة:

- تعزيز نوعية مخرجات التعليم والبحث ومواءمتها مع الحاجات الاقتصادية المحلية والإقليمية عن طريق تفعيل الإمكانات المتميزة للجامعة سواء البشرية أو الفكرية أو المادية.
- رفع مستوى تفاعل أعضاء هيئة التدريس مع قطاع الصناعة.
- رفع مستوى تدريب الطلاب وإكسابهم الخبرات العملية المطلوبة.

- تفعيل النشاطات البحثية وتنشيطها.
- الحث على تنمية المنتجات والخدمات الإبداعية.
- المساعدة في تنشيط نشاطات الجامعة البحثية وربطها بالتطبيقات التجارية الملائمة.
- الحث على التنمية الاقتصادية الإقليمية.
- المساعدة في مواءمة المناهج والبرامج الدراسية للجامعة وربطها بمتطلبات السوق المحلية.
- إيجاد فرص عمل لخريجي الجامعة.
- خدمة المجتمع .

القيمة المضافة للجهات المستفيدة :

تتمثل الجهات المستفيدة فيما يلي: **الشركاء الإستراتيجيون :**

- تحقيق أهدافهم المشتركة.
- توسيع مجالات وحجم العمل من خلال الاستفادة من أسلوب تكوين الشراكات القائمة على التعاون وتكامل الأدوار.
- خدمة المجتمع والوطن.
- المطورون :
- عائد مرتفع نسبي على الاستثمار.
- انخفاض مخاطر الاستثمار لارتفاع نسبة التأجير المتوقع.
- بناء صورة متميزة للمسؤولية الاجتماعية.

المستأجرون المتميزون :

- الوصول إلى سوق واقتصاد واعد.
- انخفاض تكاليف التشغيل.
- موقع عمل جذاب وبيئة حيوية.

المستأجرون :

- انخفاض تكلفة التشغيل.
- بيئة عمل ذات إنتاجية عالية.
- الانتماء إلى كيان صناعي معرفي راق ومتميز

ثانياً : الخبرة السورية

نموذج حاضنة تقانة المعلومات والاتصالات بجامعة دمشق

بغية تحويل الشباب من طالبي عمل إلى أشخاص يقدمون فرص عمل أنشأت الجمعية العلمية السورية للمعلوماتية حاضنات تقانة المعلومات والاتصالات رغبة منها في استقطاب الشباب الذين لديهم أفكار يمكن لها أن تتحول إلى منتج مفيد. وخصصت الجمعية لهذا المشروع الكادر والتمويل اللازمين وقد قدمت جامعة دمشق مقر الحاضنة الأولى ويقع هذا المقر ضمن المدينة الجامعية في منطقة المزة ويتميز بكونه قريبا من أماكن النشاطات الطلابية وهو أيضا موقع تجاري متميز يمكن للشركات المحتضنة ممارسة عملها فيه بكل سهولة ويسر. إن مشروع حاضنة تقانة المعلومات والاتصالات هو مشروع غير ربحي تهدف الجمعية منه إلى خلق فرص أمام الشباب المبدع لنقل أفكاره الواعدة في مجال تقانة المعلومات والاتصالات.

رسالة الحاضنة

دعم إنشاء مؤسسات صغيرة ومتوسطة في مجال تقانة المعلومات والاتصالات، تقدم منتجات ذات طابع ابتكاري يحمل قيمة مضافة إلى صناعة تقانة المعلومات والاتصالات في سورية والعالم.

أهداف الحاضنة

- نشر روح ريادة الأعمال بين الشباب من حملة الكفاءات والخبرات في مجال تقانة المعلومات والاتصالات.
- تزويد رواد الأعمال من الشباب المعلوماتيين بالمهارات والخبرات اللازمة للدخول إلى سوق العمل والمنافسة فيه.
- توفير البيئة العلمية والفنية من خبراء ومستشارين وبنية تحتية لرواد الأعمال المعلوماتيين لإنشاء مشاريعهم الاستثمارية ومنحها فرص نجاح عالية.
- دعم تحويل الأفكار المبتكرة والمتميزة إلى منتجات استثمارية تسهم في رفع سوية صناعة تقانة المعلومات والاتصالات في سورية .

الخدمات التى تقدمها الحاضنة

تقدم الحاضنة مجموعة من الخدمات التي تلعب دورا كبيرا في دعم الشركات الناشئة في تأسيس عملها الخاص وهي على النحو التالى:

<u>خدمة الاحتضان:</u>

نوع المشاريع التي تقبلها الحاضنة:

تقبل الحاضنة احتضان أي مشروع يقع في مجال تقانة المعلومات والاتصالات ويشترط في هذا المشروع أن يمتلك مقومات النجاح الأولية من حيث الفكرة التقنية جودها وجدتها وقدرتها على الاستمرار في السوق وفي الوقت نفسه تقييم صاحب المشروع وقدرته على تنفيذ هذا المشروع والقيام بإطلاق وإدارة شركته الناشئة. يجري تقييم أفكار المشاريع من قبل لجنة تضم خبراء في إدارة الأعمال وخبراء في مجال التقانة المعلومات والاتصالات حيث تناقش فكرة المشروع وإمكانيات صاحب المشروع قبل قبوله في الحاضنة.

<u>آلية الاحتضان</u>

تحدد مجموعة من الشروط لقبـول المشـاريع في الحاضنة حيث يجب أن يتميز المشروع المقترح بما يلي:

-أن يكون ذا جدوى اقتصادية وفنية مناسبة

-أن يكون ملبياً لحاجة المجتمع من الخدمات ذات الجودة العالية والأسعار المناسبة

-أن يوفر فرص عمل

-أن تكون له استدامة في سوق العمل.

وبعد القبول المبدئي لفكرة المشروع يوضع قيد الاحتضان. وتقسم فترة الاحتضان إلى مرحلتين:

١- الاحتضان الأولي Pre-Incubation

وهي المرحلة الأولى للاحتضان وتمتد من شهرين إلى أربعة أشهر يجري القبول فيها بالاعتماد على فكرة المشروع وقابليتها للنجاح والاستمرار حيث لا يتوقع من صاحب الفكرة في هذه المرحلة وهو عادة من الخريجين الجدد في مجالات تقانة المعلومات والاتصالات من أن يتمكن من إعداد خطة عمل ودراسة جدوى اقتصادية متكاملة لمشروعه أو يكون قادرا"

على وضع خطة تسويقية ودراسة للسوق وخلال هذه المرحلة تقدم الحاضنة للمحتضنين دورات تدريبية في المجالات التالية:

- مبادئ الإدارة الإستراتيجية.
- مبادئ في إدارة المشاريع.
- كيفية وضع خطط العمل.
- مبادئ في دراسة الجدوى الاقتصادية.
- مبادئ في التسويق ودراسة السوق.
- بعض القضايا القانونية التي تخص إنشاء الشركات.

إضافة ألى مجموعة من المواضيع التي تهم رواد الأعمال مثل حماية الملكية الفكرية والقضايا القانونية في مجالات تقانة المعلومات والاتصالات على وجه الخصوص.

يقوم المحتضنون خلال هذه المرحلة، بمساعدة إدارة الحاضنة، على تطوير خطة العمل التي تقدم للجنة القبول في المرحلة التالية .

٢- الاحتضان Incubation:

يجري تقييم المشاريع المتقدمة لهذه المرحلة من الاحتضان اعتماداً على خطة العمل التي طورها المحتضن خلال مرحلة الاحتضان الأولي، ويتمتع المحتضن خلال هذه المرحلة بكامل الخدمات التي تقدمها الحاضنة من استشارات، تدريب، مشاركة في المعارض والندوات والاستفادة من علاقات التعاون التي تقيمها الحاضنة مع حاضنات أخرى في العالم لتبادل التسويق لمنتجاتهم وإنشاء علاقات تعاون مع شركات محتضنة في هذه الحاضنات.

تقدم الحاضنة للمحتضن مقـراً مجهزاً بكافة التجهيزات التقنية والمكتبيـة، ويتشـارك المحتضنون باستخدام الموارد المشتركة الموجودة في الحاضنة (سكرتارية، تصويـر، قاعات محاضرات واجتماعات،...)

إن وجود المحتضنين في الحاضنة يضمن لهم جواً مثالياً للعمل حيث تتعاون الشركات المحتضنة فيما بينها في بيئة علمية راقية تضمن جودة أدائها واستمرار تطورها، يتمتع المحتضنون بدعم الحاضنة ومن ورائها الجمعية العلمية السورية للمعلوماتية من حيث الحصول على الخبرات العلمية والتسهيلات المختلفة للوصول إلى مراكز الأبحاث العلمية أو مخابر الجامعة المختلفة طلباً للاستشارات العلمية والتقنية.

كما تؤمن الحاضنة من خلال الفعاليات التي تقام بشكل دوري في الجمعية والتي تشارك فيها الحاضنة بشكل فاعل فرص اللقاء للمحتضنين مع أصحاب الشركات الكبيرة للاستفادة من خبراتهم ودعمهم ورعايتهم، كذلك فرص الاتصال برؤوس الأموال المغامرة ومصادر التمويل المختلفة التي تهتم بتمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة.

التخرج من الحاضنة:

عند استعداد المحتضن للخروج من الحاضنة وبعد انتهاء مدة احتضانه، تعمل الحاضنة على استقطاب المحتضنين المتخرجين للبقاء على صلة بالحاضنة من خلال مشاركتهم في نشاطاتها واستفادتهم من الاستشارات والتدريب الذي قد يحتاجونه حتى بعد التخرج منها. كما تشجع الحاضنة الشركات المتخرجة على الانتساب إلى منتدى البرمجيات في الجمعية العلمية السورية للمعلوماتية للاستفادة من النشاطات التي يقوم بها هذا المنتدى.

خدمات التدريب

تستعين الحاضنة بنخبة من الخبراء والمدربين والمستشارين من العاملين في المجالات التقانية ومجالات الأعمال، لتوجيه ومساعدة المحتضنين على تأسيس أعمالهم وإدارتها وبناء مؤسساتهم الناشئة.

- مبادئ الإدارة الاستراتيجية.
- مبادئ في إدارة المشاريع.
- كيفية وضع خطط العمل.
- مبادئ في دراسة الجدوى الاقتصادية.

- مبادئ في التسويق ودراسة السوق.
- بعض القضايا القانونية التي تخص إنشاء الشركات.
- غيرها من المواضيع التي تهم رواد الأعمال، مثل حماية الملكية الفكرية والشؤون

القانونية في مجالات تقانة المعلومات والاتصالات على وجه الخصوص...، و يقوم الخبراء والمستشارون، إضافة إلى دورهم الاستشاري، بدور المتابعين Mentors، ويساعدون مدير الحاضنة وفريق العمل فيها على متابعة عمل الشركات، ويقدمون تقارير دورية عن وضع المحتضنين، كل في مجال اختصاصه.

الخدمات المكتبية والفنية

تقدم الحاضنة مقراً مجهزاً بالتجهيزات التقنية والمكتبية، ويتشارك المحتضنون باستخدام الموارد المشتركة الموجودة في الحاضنة (سكرتارية، اتصالات، تصوير، قاعات محاضرات وغرف اجتماعات، ...) وقد تم تجهيز المقر ببنية تحتية متطورة، وتهيئته بأحدث تقنيات الاتصال والتجهيزات الحاسوبية والمكتبية المتطورة ووسائل التدريب اللازمة لعمل الحاضنة والمشاريع المحتضنة في جو مريح يساعد على الابتكار والإبداع. كما توفّر الحاضنة، عن طريق الفعاليات التي تقام دورياً في الجمعية والتي تشارك فيها الحاضنة مشاركة فاعلة، فرص اللقاء بأصحاب الشركات الكبيرة للاستفادة من خبراتهم ودعمهم ورعايتهم، وكذلك فرص الاتصال برؤوس الأموال المغامرة ومصادر التمويل المختلفة التي تهتم بتمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة.

الهيكل الإداري للحاضنة

تعمل الحاضنة تحت مظلة الجمعية العلمية السورية للمعلوماتية وتتبع لها وتعتبر أحد المشاريع ذات الأولوية الأولى للجمعية التي تسخر لها كل الجهود والموارد اللازمة لنجاحها.

ويتألف الهيكل التنظيمي من مجلس أمناء يضم شخصيات علمية واعتبارية من المجتمع السوري ونخبة من غرفة التجارة والصناعة وخبير من الإسكوا ويدير الحاضنة مدير مختص يقوم بتسيير أمورها ويضع خطط العمل والميزانية السنوية وكافة الأمور الإدارية لها ويكون

المهمة الأساسية لمدير الحاضنة تقديم العون والمساعدة والمتابعة للمحتضنين يساعده في ذلك فريق عمل من الخبراء والاستشاريين.

الجهات التي تتعاون معها الحاضنة :

من الجهات الدولية التي تتعاون معها الحاضنة ما يلي:

♣ المنظمة العالمية للحدائق العلمية (IASP) في اسبانيا .

♣ الاسكوا (ESCWA).

ومن الجهات المحلية التي تتعاون معها الحاضنة :

♣ مركز البحوث العلمية

♣ جامعة دمشق

♣ المعهد العالي للعلوم الإدارية

♣ الجمعية السورية لرواد الأعمال الشباب.

نموذج حاضنة الأعمال التكنولوجية بجامعة حلب

في خطوة مميزة لتحقيق مستوى واقعي من التفاعل بين الجامعة والمجتمع بمؤسساته الاقتصادية والخدمية والاستثمارية وافقت الحكومة السورية على تخصيص مساحة طابقيه كلية في المدينة الصناعية بالشيخ نجار لإقامة حاضنة أعمال تكنولوجية ومكتب ارتباط فيها يقدم المساعدة الفنية والدعم التكنولوجي للمشروعات الجديدة خلال المراحل الأولية للبدء بهدف الإسراع في عملية التنمية للمشروع ، وتحسين فرص هذه المشروعات للنجاح بشكل عام في بيئة من التنافس..وهي خطوة تترجم وتعمق علاقة الشراكة بين الجامعة وبعض المؤسسات والشركات الكبيرة وأصحاب الأفكار والمشاريع الصغيرة التي تستطيع خدمة هذه الشركات.

و حاضنة الأعمال التكنولوجية بجامعة حلب هي مؤسسة جامعية تنموية وتشكل منظومة صغيرة من الأنشطة تدار بواسطة هيكل إداري صغير وتوفر ورشاً للعمل والخدمات الإدارية

المشتركة، بالإضافة إلى خدمات الدعم الفني للمشروعات، وتعمل على خفض الأعباء المادية الواقعة على عاتق صاحب المشروع وتقليل مخاطر الفشل للمشروعات.

بمعنى أنها تقدم كافة أوجه الدعم للمبادرين لبدء مشروعاتهم الخاصة عندما لا يكون لديهم سوى فكرة مشروع جيد وإصرار قوي، فهي بنية مستحدثة من بني العلوم والتقانة تهدف إلي استثمار وتشجيع الأفكار الإبداعية الخلاقة في المجتمع وتحويلها إلي بني تقانية (مشروعات جديدة ، ...) منتجة قادرة علي تنمية رأس المال وخلق فرص العمل ولذلك أولت الهيئة العليا للبحث العلمي بالجمهورية العربية السورية اهتماماً كبيراً بعمل الحاضنات التكنولوجية وأتضح ذلك من خلال العرض التحليلي الذي تم تقديمه عن ملامح نظام عمل حاضنة الأعمال التكنولوجية بجامعة حلب على النحو التالي:

الغاية منها :

إنجاز مشاريع في البحث العلمي والتطوير التقاني ذات مخرجات في القطاعات الإنتاجية أو الخدمة من خلال التشاركية بين الجامعة والمؤسسات والشركات . بالإضافة إلى خلق قنوات اتصال بين المشروعات الملتحقة بالحاضنة والمجتمعات الصناعية المحيطة لتنمية مهاراتهم وخلق أسواق لمنتجاتهم بالإضافة إلى تقديم الخدمات المدعمة كدراسة الجدوى والتسويق وقياس الجودة والمواصفات القياسية وقاعدة البيانات الفنية والتجارية والمساعدة في تنظيم العقود وهي بالمحصلة تمثل قاعدة معلومات تكنولوجية في بيئة الأعمال والاستثمار لمد المشاريع والبحث العلمي بالمعلومات اللازمة.

المهام والأهداف :

١- المساعدة علي توطين وتطويع التقانات الجديدة .

٢- تشجيع الأفكار القائمة علي التقانة والأبحاث لتحويلها إلي منتجات قابلة للتسويق .

٣- إنشاء قاعدة بيانات تكنولوجية قوية لمد المشاريع والبحث العلمي بالمعلومات اللازمة .

٤- تقديم الخدمات الداعمة (دراسات الجدوي ، دراسات التسويق ، قياس الجودة ، المواصفات القياسية ، قاعدة بيانات فنية وتجارية ، المساعدة علي تنظيم العقود) .

٥- إعـداد حلقة الإنتاج للمشاريع وتطوير العمليات فـي القطاعـات المختلفـة باسـتخدام تكنولوجيات مناسبة .

٦- خلق قنوات اتصال بين المشروعات المطورة في الحاضنة والتجمعات الصناعية المحيطة لتنمية مهاراتهم والتسويق لمنتجاتهم .

٧- إدارة المعرفة العلمية والتكنولوجية للمحيط العلمي والتكنولوجي في حلب .

٨- نشر الوعي المعرفي في المجالات الإدارية والفنية المختلفة .

محاور عمل حاضنة الأعمال التكنولوجية :

- أعمال تكنولوجية متخصصة .
- أعمال مهنية أو حرفية .
- أعمال خدمات إدارية واقتصادية وتسويقية.

ثالثاً : التجربة الأمريكية

تطبيق مدخل الأعمال والمقاولاتية في المجال الأكاديمي والمؤسسي

(الريادة الاكاديمية) :

إن مفهوم المقاولاتية "الريادة" مفهوم بالغ الأهمية في الاقتصاد المعاصر، ولقد تغيرت الترجمة العربية لمصطلح ENTREPRENEUR ثلاث مرات خلال العقود الأخيرة، فقد كانت منظم ثم مقاول ثم تحولت في التسعينات إلى ريادة ، ومفهوم الريادة لم يقتصر على المخاطرة (العمل في ظروف غير متوقعة) و الابتكار بل تعداها في النصف الثاني من القرن العشرين إلى الإدارة والتنظيم، فالريادي في نظر هوزيلتز Hoselitz وفريدريك هاريسون Frederick Harlison] كماجاء في دراسة بولوة شعيب و خلوط عواطف عن (أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ريادة المنظمات الحديثة المقدمة للملتقى الدولي حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة عام ٢٠١١م .)"هو الذي تتوفر فيه مهارة الإبداع و روح القيادة، و هو الشخص الذي يملك مهارات البناء المؤسسي بجانب مهارات إدارية و إبداعية تساعده في بناء التنظيم أو إدارة المؤسسة Organization Builder".

و لقد تطور مفهوم الريادة مع تطور نظرة الدول المختلفة للأهداف الاقتصادية و الاجتماعية التي تسعى لتحقيقها.ففي الدول النامية فإن من يأخذ روح المبادرة و التحرك، و يخاطر وينشئ عملا جديدا يعمل من خلاله على المساهمة في أهداف التنمية الاقتصادية و الاجتماعية بأنه رياديا، لذا فإن الريادي هو من يملك طرقا جديدة في ردم الهوة بين المعرفة و حاجات السوق و المجتمع المختلفة. وفى الولايات المتحدة تحولت بعض الجامعات من الاهتمام بإنتاج المعرفة العلمية المتعلقة بمبدأ الأعمال إلي الاهتمام بتدريب وتعليم رجال الأعمال أنفسهم ، وتدريجياً تزايدت أعداد الجامعات الأمريكية التي تقدم برامجاً في هذا المضمار و من أحد أسباب هذا التحول، الجهود التي تبذلها الجامعات في سبيل تحويل المعرفة العلمية إلي أفكار منتجة يمكن تسويقها .فقد وجد السياسيون وصناع القرار أن تأسيس مدخل الأعمال Entrepreneurship والمقاولاتية أو ما استقر على تسميته حديثاً بالريادة الاكاديمية في الجامعات الأمريكية تمثل سلاحاً قوياً يمكن استخدامه لحل مشكلات اقتصادية وسياسية خطيرة .

طرح مبدأ الأعمال المقاولاتية (ريادة الاعمال) في الجامعات الأمريكية :

يمثل التعليم محور أساسياً فى تنمية المقاولاتية (ريادة الاعمال) وتطوير السمات والمهارات العامة لها في الجامعات الأمريكية وفى هذه الحالة تركز المقررات على تشجيع وتنمية الاستقلالية ، الابتكار ،المخاطرة،المهنية فى العمل ،تنظيم العمل وغيرها من المهارات العامة. ولذلك فأن طرح مادة تأسيس الأعمال (ريادة الاعمال) في الجامعات كمادة للبحث الأكاديمي والتدريس يعتمد علي القرارات الأساسية المتعلقة بأهداف التعليم الأكاديمي ،و نوع الأبحاث المزمع إجراءها ،و المواد التدريسية للمتلقين وهكذا .

فقد أظهرت الدراسات أن هذه القرارات الرئيسية تشكل توجهين عامين : توجه البحث العلمي والتوجه التعليمي، والقرارات التي يتم اتخاذها بخصوص طرح تأسيس الأعمال كمادة أكاديمية يجب أن تتعامل مع مجموعة معينة من الفروق الهامة بين التوجه البحثي والتوجه التعليمي كما جاء في دراسة كلاوس انديرسك بعنوان:

" المقاولاتية (الريادة)الأكاديمية والمؤسسية تضمينات لإدارة وحوكمة الجامعات عام ٢٠٠٤م"
Klaus Andersek : Institutional and Academic Entrepreneurship : Implications for University Governance and Management ، والتي تميز بين مدرستين في تعليم تأسيس الأعمال (الريادة)، هاتان المدرستان هما : المدرسة القديمة والمدرسة الحديثة في تعليم تأسيس الأعمال، والتوجه البحثي يتفق مع الرؤية التقليدية للجامعة وهي السمة المميزة للمدرسة القديمة .فالتوجه البحثي في طرح مجال تأسيس الأعمال يشكل أساسا غاية في الأهمية لاكتساب المعارف المتعمقة في جوانب عدة من جوانب هذا المجال، والتركيز علي البحث العلمي يؤدي إلي النظر إلي تأسيس الأعمال كمادة متعددة الجوانب (علي سبيل المثال) تأسيس الأعمال في المجتمع ، تأسيس الأعمال في المجالات غير الهادفة للربح ، تأسيس الأعمال في التنمية الإقليمية ، الحواجز الاقتصادية ودعم تأسيس الأعمال) .
وتكون مواد التدريس كالتالي :

- **المعارف العامة والمعرفة الأكاديمية في مجالات المواد العلمية .**
- **مهارات حل المشكلات .**

وبالنظر إلي الأدبيات الخاصة بمجال تأسيس الأعمال فى الجامعات الأمريكية نجد أن التوجه التعليمي له مكانه الواضح ايضا، فهو توجه شائع تتعد أسباب شيوعه . ويقتضي قرار تبني التوجه التدريسي توفير تعليم مهني لإعداد "رجل الأعمال الناجح" مع إعطاء الأولوية للأهداف التعليمية .وتكون مواد التدريس كالتالي :

- **صنع القرار ومعرفة العمليات .**
- **مهارات إدارة المشروعات الصغيرة.**

هذا التوجه يبرز تساؤلات حول تعليم رجال الأعمال هل يجب أن يكون هدفاً مركزياً لجميع الأنشطة الأكاديمية داخل الجامعة أو الكلية ، أم يجب أن يكون هدفاً تربوياً ذو مكانة منفصلة . بعض أدبيات هذا المجال تفضل التعامل مع الاختيار الأول حتى أن بعض المؤلفين يطالبون إعادة تنظيم الجامعات وفقاً لاحتياجات تعليم وتأهيل رجال الأعمال . و التأكيد علـى

مدخل الأعمال القائم على التكنولوجيا فكل من جامعات البحوث والمعامل الفيدرالية وأبحاث الأعمال والملكية الفكرية تؤكد على ذلك.

عدد من مؤسسات خارج الجامعة بهدف تعزيز عمليات التنمية الإقليمية
المثال الثاني: برنامج ريادة الأعمال في جامعة تكساس في أوستن **The Entrepreneurship Programme at the University of Texas at Austin**

برنامج ريادة الأعمال في جامعة تكساس في أوستن هو برنامج مشابهه لبرنامج كليفلاند.

ويقوم بالدور القيادي معهد IC2 Institute وهو يمثل " التجديد والإبداع ، ورأس المال" (Innovation, Creativity, and Capital. ويقدم هذا المعهد التدريس الأكاديمي في مجال الدراسات العليا ، ويقوم بتنسيق الاتصالات مع العديد من المؤسسات خارج الجامعة، كما أنه شريك قوي للحاضنة التكنولوجية بأوستن التي تقدم مجموعة من الخدمات مثل التدريب والمشورة والخدمات الأخرى. كما يتم التركيز على تسويق النتائج العلمية والتكنولوجيا.

وهذا التوجه الجامعي لقطاع الأعمال في الولايات المتحدة الأمريكية يقوم أساسا على آلية حاضنات الإعمال التي تسهم مساهمة فعالة في هذا التوجه الجديد . فالحاضنات التكنولوجية في الولايات المتحدة الأمريكية بمثابة المؤسسات التى تعمل دعم الرياديين ومساعدتهم فى تحويل أفكارهم الابداعية والتكنولوجية الى مشاريع تجارية قابلة للانتاج والتسويق وذلك عن طريق تقديم العديد من الخدمات سواء كانت بخصوص الادارة ،التسويق.

حاضنات الأعمال التكنولوجية فى الولايات المتحدة الامريكية :

مفهوم حاضنات الأعمال تم استحداثه وتطويره بشكل أساسي في الولايات المتحدة الأمريكية، وكما سبق الذكر من خلال التجربة الأولى في مركز أعمال Batavia عام ١٩٥٩، لكن البداية الحقيقية لانتشار مفهوم الحاضنات تمت في بداية الثمانينيات وتحديداً في عام ١٩٨٤ حينما قامت الهيئة الأمريكية للمشروعات الصغيرة (Small Business Administration, SBA) بالاهتمام ببرامج إقامة الحاضنات وتنمية أعدادها، حيث لم يكن يعمل في الولايات المتحدة حينئذ سوى حوالي ٢٠ حاضنة، ثم ارتفع عدد هذه الحاضنات

بشكل كبير عند قيام الجمعية الأمريكية لحاضنات الأعمال (National Business Incubator Associaltion, NBIA) في عام ١٩٨٥، والتي تمت إقامتها من خلال بعض رجال الصناعة الأمريكيين في صورة مؤسسة خاصة تهدف إلى تنشيط تنظيم صناعة الحاضنات.

وتذكر أحدث تقارير الجمعية القومية لحاضنات الأعمال في الولايات المتحدة NBIA أن معدل ازدياد أعداد حاضنات الأعمال في الخمسة عشر سنة الأخيرة كان مرتفعاً، وذلك حتى نهاية عام ١٩٩٣، حيث بلغ هذا العدد أكثر من ٥٠٠ حاضنة أعمال في الولايات المتحدة. وتذكر إحصائيات الجمعية أن معدل ازدياد حاضنات الأعمال وصل إلى إقامة حاضنة كل أسبوع في هذه الفترة. ومثال هذا النمو السريع في أعداد الحاضنات، أنه في عام ١٩٩١ كان ثلثا هذه الحاضنات لا يتعدى عمر إنشائها أربعة أعوام، ومعظم هذه الحاضنات لا تزال في مراحل التنمية الأولى لها، حيث تبدو الحاجة في أشدها إلى المعلومات، وأيضاً إلى التحقق من إمكانيات الحصول على المعلومات واستخدامها .وعلى الرغم من هذا التزايد في عدد الحاضنات سنوياً ، إلا أن الفترة وبالتحديد من عام ١٩٩٠-١٩٩٥كانت هناك بعض الحاضنات التي تم إغلاقها بسبب مجموعة من الأسباب أشارات إليها الجمعية القومية لحاضنات الأعمال NBIA على النحو التالي :

جدول رقم (٢) يبين سبب إغلاق بعض الحاضنات مابين عام١٩٩٠-١٩٩٥

سبب غلق	النسبة المئوية
- عرض للعقارات فقط	٢٠-٢٦
- قلة التمويل	١٩-٢٦
- عدم اتاحية المعلومات	١٨-٢٥
- تغيير الرعاة	١٠-١٤

وتم التغلب على هذه الأسباب وتزايد معدل الحاضنات ومعدل فرص العمل التي توفرها هذه الحاضنات وأصبحت الان بمثابة منظمة عالمية تقود عملية الاحتضان والمقاولاتية وتهدف إلى :

- تزويد المهتمين بالمعلومات حول تطورات الصناعات التكنولوجية وأفضل الممارسات.

- إعلام وإخبار القادة والمؤيدين المحتملين وأصحاب الأعمال بفوائد الحاضنات التكنولوجية.
- توسيع القدرة على خلق موارد قيمة للأعضاء من خلال الشراكة .
- بناء وعى عام بالحاضنة كأداة تطويرية للأعمال التكنولوجية .
- خلق قيمة للأعضاء المشاركين.

بالإضافة إلى وجود الجمعية القومية لحاضنات الأعمال في الولايات المتحدة NBIA، وهي تمثل الشبكة القومية للحاضنات، يوجد عدد من شبكات الحاضنات الإقليمية في الولايات المختلفة، نذكر منها على سبيل المثال : جمعية تكساس لحاضنات الأعمال، وشبكة حاضنات ولاية نيو جرسي......

وتذكر إحصائياتNBIA أنه في عام ٢٠٠٥ م ساعدت حاضنات الأعمال في الولايات المتحدة الأمريكية أكثر من ٢٧٠٠٠ شركة ناشئة قدمت أكثر من ١٠٠٠٠٠ فرصة عمل وولدت عائدات سنوية تبلغ أكثر من ١٧ مليار دولار ، كما تقدر إحصائيات الجمعية القومية لحاضنات الأعمال في الولايات المتحدة NBIA أن هناك أكثر من ١٤٠٠ حاضنة في أمريكا الشمالية في الولايات المتحدة الأمريكية عام ٢٠٠٦ ، مقابل ١٢ فقط في عام ١٩٨٠. حيث يوجد ١١١٥ في الولايات المتحدة ، و ١٩١في المكسيك و١٢٠كندا ، كما أن الكثير من الحاضنات الأمريكية أسست لغرض غير ربحي نشاطات الحاضنات الأمريكية ، فتشير الجمعية الوطنية لحاضنات الأعمال NABIA أن معظم حاضنات الأعمال في أمريكا الشمالية (نحو ٩٤ %) هي منظمات غير ربحية تركز على التنمية الاقتصادية وحوالي ٦ %من الحاضنات في أمريكا الشمالية والكيانات القائمة على الربح و تؤسس عادة للحصول على عوائد استثمارات المساهمين.

وتطالعنا إحدى الإحصائيات الحديثة التي تصدرها الجمعية القومية لحاضنات الأعمال NBIA عام ٢٠٠٦م وما جاء به عاطف الشبرواى عام ٢٠٠٥م عن خصائص الحاضنات التكنولوجية في الولايات المتحدة، حيث نجد تحليلاً كاملاً لسمات هذه الحاضنات تبعاً لعدة عناصر هي كالآتي:

أولاً : موقع الحاضنات :

تتوزع حاضنات المشروعات، جغرافياً، على مختلف الولايات داخل الولايات المتحدة الأمريكية، إلا أن هناك تركيزاً واضحاً للحاضنات التكنولوجية في الولايات الآتية : Atlanta, Georgia, Chicago, Illinois, San Jose, California, New York, NY, Richmond, Pennsylvania, Philadelphia, NJ, Kingston, ON.

- ٥٣% من حاضنات الأعمال الأمريكية تقع في المناطق الحضرية.
- ٢٨% من حاضنات الأعمال تقع في المناطق الريفية.
- ١٩% من حاضنات الأعمال تقع في مناطق الضواحي.

ثانيا: مساحات الحاضنات :

تختلف مساحات هذه الحاضنات ما بين ١٢ ألف متر مربع في أكبرها، وتبلغ متوسط مساحتها القابلة للتأجير لأصحاب المشروعات حوالي ٥ آلاف متر مربع، بينما يبلغ متوسط عدد المشروعات التي تلتحق بالحاضنة الواحدة حوالي ٢٠ مشروعاً.

ثالثا: طرق تمويل حاضنات المشروعات الأمريكية :

وفقاً لتقديرات الجمعية القومية لحاضنات الأعمال NBIA يتم رعاية حاضنات الأعمال في الولايات المتحدة من قبل: منظمات التنمية الاقتصادية٣١ ٪ ، والجهات *الحكومية* ٢١ ٪ المؤسسات الأكاديمية ٢٠ %، وأنواع أخرى من المنظمات ٨%، والرعاية من قبل أكثر من ممول واحد ٨%، والكيانات الهادفة للربح ٤ %، وهيئات مضيفة ٨ %.

رابعا: أنواع وتخصصات الحاضنات :

تتنوع الحاضنات في الولايات المتحدة الأمريكية على النحو التالي:

- ٥٤ % هي حاضنات "متعددة الاستخدامات" ، بمساعدة مجموعة من الشركات في مرحلة مبكرة.
- ٣٩ % تركز على الحاضنات التكنولوجية.
- ٤ % تركز على الخدمات التجارية، وخدمة الأسواق المتخصصة أو مساعدة أنواع

أخرى من الشركات.

• ٣٠ % حاضنات تخدم شركات التصنيع.

ويلاحظ على هذه التقديرات الصادرة عن الجمعية القومية لحاضنات الأعمال NBIA عام ٢٠٠٦م تزايد مجموع الحاضنات التكنولوجية داخل الولايات المتحدة الأمريكية و ارتباطها بالجامعات والمعاهد التعليمية وعمليات نقل وتطوير التكنولوجيا. كما يلاحظ أن هناك عدد من الحاضنات الممولة من الحكومة، "حاضنات لا تهدف إلى الربح"، وهي حاضنات تهدف فقط إلى تنشيط التنمية الاقتصادية في المجتمعات المحيطة. بالإضافة إلى حاضنات الأعمال الخاصة التي يتولى إقامتها وتمويلها جهات خاصة أو مستثمرون أو مجموعة شركات صناعية، في أمريكا، وتهدف هذه النوعية من الحاضنات إلى استثمار الأموال الخاصة ،.كم أن هناك الحاضنات التى تمولها بعض الهيئات الخاصة مثل مجموعة الكنائس الأمريكية، أو جمعيات فنية، أو الغرف التجارية، أو بعض الجاليات ذات الأصول غير الأمريكية، وهي حاضنات تهدف إلى تنمية بعض المشروعات أو الصناعات التقليدية المتخصصة، أو توفير فرص عمل لفئات اجتماعية محددة.

أمثلة على حاضنات تكنولوجية ناجحة فى الولايات المتحدة الاميريكية :

حاضنات داخل جامعات :

أحد أمثلة التعاون بين الجامعة وعالم الأعمال كما أشار عاطف الشبرواى عام ٢٠٠٥م هو حاضنة UBC Research Enterprises ، والتي تقع داخل جامعة (University of Columbia British)، حيث تقوم الجامعة بتمويل جميع الأنشطة الخاصة بإدارة وتسويق الاختراعات والابتكارات، وكذلك تسويق الأبحاث الجديدة في الصناعة، بالإضافة إلى ذلك فإن هذه الحاضنة تقوم بدور الحاضنة التكنولوجية بدون حوائط، حيث تقدم الاستشارات والدعم للمشروعات الجديدة، والتي تنطلق من الجامعة وتبحث عن الأسواق ورجال الأعمال والجهات التمويلية.

معهد للمشروعات التكنولوجية Maryland Technology Enterprise Institute

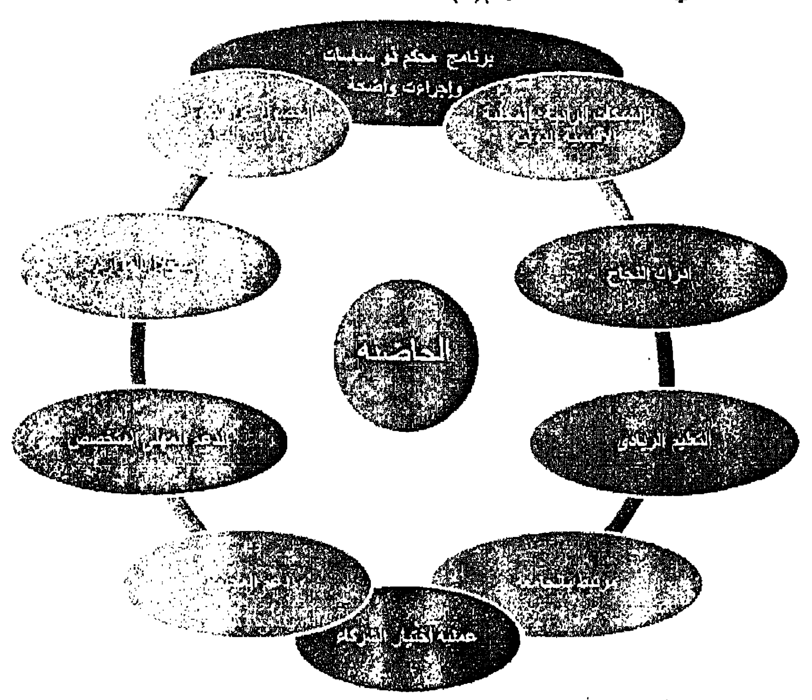
وفي هذا الصدد نذكر مثالاً شهيراً بجامعة ميريلاند Maryland Uuniversity التي تمتلك معهد للمشروعات التكنولوجية وهو بمثابة حاضنة توجد داخل الحرم الجامعي، وتظهر هذه الجامعة مدى ارتباطها وتشجيعها لإقامة شركات جديدة تكنولوجية في أنها تشارك في رأس مال الشركات التي تقام داخل هذه الحاضنات، وذلك من خلال استثمار الجامعة في إقامة شركات رأس مال مخاطرمتخصصة تقوم بتمويل الأفكار التكنولوجية الجيدة للطلاب والباحثين في الجامعة. ولذلك تمثلت رسالة المعهد فيما يلي:-

- تعليم الجيل القادم من رواد الأعمال التكنولوجيا.
- إنشاء مشاريع التكنولوجيا الناجحة.
- ربط الشركات مع جامعة ميريلاند.
- الموارد اللازمة لمساعدتهم على النجاح.

حاضنة أوستن التكنولوجية Austin Technology Incubator

حاضنة أوستن التكنولوجية (ATI) جزء من معهد IC2 كما ذكرنا سابقاً ، وهي وحدة لا تبغي الربح من جامعة تكساس في أوستن ، تأسست هذه الحاضنة عام ١٩٨٩م وارتبطت ارتباطا وثيقا بالجامعة وتقدم العديد من الخدمات الادارية والاستشارية وبرامج تدريبية والخدمات التسويقية ، كما تعمل على تعزيز التنمية الاقتصادية وخلق العديد من فرص العمل وحاضنة اوستين التكنولوجية منذ تأسيسها عملت مع ATI أكثر من ٢٠٠ شركة ، وساعدتهم على جمع ما يزيد على ٧٥٠ مليون دولار وعلى مدى السنوات الثلاث الماضية من "الكساد العظيم" أحتضنت ATI حاضنة أوستن التكنولوجية أكثر من ٥٠ شركة وساعدتهم على جمع ما يزيد على ٧٠ مليون دولار. ويذكر كل من جول وينجز وديفيد جيبسون عام ٢٠٠٣م Joel Wiggins and David V. Gibson أن حاضنة أوستن التكنولوجية تعتبر نموذج للحاضنة التكنولوجية للعديد من برامج الاحتضان في الولايات المتحدة

الأمريكية والحاضنات التكنولوجية العالمية وأكدا على عـــدة عوامـــل لنجـــاح عمـــل الحاضنة التالي: " شكل رقم(٩) حاضنة أوستن التكنولوجية"



Source :Joel Wiggins and David V. Gibson: Overview of US incubators and

the case of the Austin Technology Incubator,2003 n

ويعتبر نموذج حاضن أوستن التكنولوجي بجامعة تكساس في أوستن من أشهر نمـــاذج الجامعات الاستثمارية فى العالم والتي تهدف الى تحقيق عمليـــة الشـــراكة والتعـــاون بـــين الجامعات وقطاعات الأعمال فى مجال البحث العلمي وهو مشروع تعـــاوني بـــين الجامعـــة والحكومة المحلية، فهذا الحاضن التكنولوجي مصمم ليكون عاملا مساعدا للتنمية الاقتصادية من خلال توظيف البحوث والمبتكرات الجامعية وتحويلها إلى المجالات الرئيسية التي تحـــدد

نجاح المشروعات الفنية في مجال الصناعة وتهيئة الوسيلة التي يمكن بواسطتها تعجيل نقل ونشر التكنولوجيا والاستجابة لاحتياجات الاعمال.

رابعاً : التجربة الألمانية

تأسيس الأعمال (الريادة) في الجامعات الألمانية ظهرت في بداية الأمر في جامعة كولون University of Cologne وتزايد هذا الاهتمام ببحوث الأعمال داخل الجامعات حتى ظهرت ما يطلق عليه بحوث الأعمال البينية ويرجع الاهتمام بتأسيس الأعمال في الجامعات إلى مراعاة احتياجات سوق العمل واكتساب المهارات اللازمة للخريجين واعتبار الطلاب كمستهلكين وإجراءات ضمان جودة البرامج التعليمية . وكان عدد كبير من طلاب الجامعات الألمانية يطمح أن ينتهي به الأمر إلي تأسيس أعمال خاصة بهم بمعني أن يؤسس شركة بعد التخرج . وإذ تقدر نسبة ضئيلة في ألمانيا بنحو ٥% من الخريجين هي القادرة علي اجتياز مجال الأعمال بنجاح دون حاجة لأي دعم أو تأهيل إضافي ، حيث حصل هؤلاء الطلاب علي الترويج الملائم أثناء الدراسة فقد تزيد هذه النسبة لتصل إلي ٣٠ – ٤٠ % .وبذلك أصبحت الأعمال وترويجها مادة للتعليم والبحث ومؤخراً أصبحت هذه المادة مكوناً أساسياً للتعليم الجامعي الرسمي وللبحث العلمي كما أصبحت مادة خاصة لازمة للتحول المعرفي والتكنولوجي.

أهداف جامعة الأعمال (المقاولاتية / الريادة) الألمانية :

تهدف جامعة العلوم التطبيقية Gelsenkirchen University إلى تشجيع وجهة نظر إيجابية نحو التجديد والابتكار ليس فقط بين طلابها ، وإنما في جميع أنحاء المنطقة. ومن ثم فأن تركيزها على الطلاب يكون بهدف امتلاكهم إدارة الحكم الذاتي ، والإبداع ومهارات المبادرة وكذلك الكفاءات الاجتماعية. وكفاءات فريق العمل الفاعلة. كما تهدف الجامعة أيضاً إلى تكثيف التعاون بينها وبين والشركات المحلية والعالمية ولذلك فأن الأفكار الجيدة التي تتولد من خلال البحوث لا تصبح فرص مهدرة. و تقدم الجامعة لطلابها فرص العمل بشكل مستقل من خلال تقديم محاضرات نظرية حول شركات الأعمال الناشئة وتقديم الدعم لتوليد ورعاية الأفكار الجديدة . ويمثل معهد الأعمال روح المبادرة والابتكار فهو بمثابة مركز

جامعي لجميع أولئك الذين يرغبون في إقامة الأعمال التجارية من تلقاء أنفسهم سواء بعد التخرج أو أثناء الدراسة ، كما أن جامعة العلوم العلوم التطبيقية Gelsenkirchen University في ألمانيا تبنت المبادرة والالتزام بموضع ريادة الأعمال. وهذا ما أكد عليه بيترشولت في بحثه بعنوان (جامعة الأعمال : إستراتجية للتطوير المؤسسي (المقاولات/الريادة عام ٢٠٠٤ م(Peter Schulte : The Entrepreneurial(University: A Strategy for Institutional Development,2004. : حيث أشار إلى الأهداف التي يجب أن تحققها جامعة الأعمال (الريادة)الألمانية والأدوات اللازمة لتحقيقها بالتطبيق على جامعة(العلوم التطبيقية) Fachhochschule Gelsenkirchen على النحو التالي:

- يجب أن يكون خريج الجامعة – من خلال ما تقدمه الجامعة من دراسة وتعليم – قادراً ليس فقط علي الحصول علي مجال العمل ولكن علي خلق مجال العمل بنفسه .
- إدارة الأعمال ، بخاصة ما يتعلق بكيفية التعامل مع الصعوبات التي قد تظهر في مراحل نمو الشركات الجديدة ، مجال يجب زيادة الاهتمام به كمادة للبحث في العلوم المختلفة .
- الأبحاث ونتائجها يجب ألا تنتهي إلي إنتاج مطبوعات فحسب بل يجب أن تكون مصدراً للتجديد في الاقتصاد والمجتمع وأن تكون نقطة بداية لتنمية أفكار الأعمال في الشركات الجديدة .

أدوات تحقيق هذه الأهداف :

طرح بيترشولت Peter Schulte الأدوات التالية لتحقيق الأهداف السابقة:

أولاً: فيما يتعلق بالتعليم :

يجب تحفيز الطلاب لتصديق أن التحول إلي الأعمال أصبح هدفاً مهنياً واقعياً بالنسبة لهم . ولتحقيق ذلك يمكن ضم مجموعة من رجال الأعمال المقتنعين إلي أعضاء هيئة التدريس .و يجب أيضاً تدريب الطلاب علي مهنة إدارة الأعمال وذلك من خلال تعلم أساليب عمل ملائمة و هناك مجموعة من المواد الدراسية يجب تضمينها في المناهج من بينها أساليب التفاوض ،و إدارة الوقت ،و إدارة العمليات ،و إدارة المشروعات ، وأساليب الإبداع .و مادة إدارة الأعمال يجب أن تشكل جزءاً هاماً من البرنامج التعليمي شاملة ابتكار خطط الأعمال .

ثانياً: فيما يتعلق بالبحث العلمي :

موضوع إدارة الأعمال أصبح يشكل في السنوات الأخيرة مجالاً جديداً للبحث في الجامعات الألمانية إن البحث في هذا المجال أمر بالغ الأهمية لاكتساب المعارف التي تهدف إلي ضمان استمرارية الشركات ويجب ألا يقتصر البحث العلمي علي تحويل مجال الأعمال إلي مادة بحثية ، بل أن البحث العلمي ونتائجه خاصة في مجالات الهندسة ،و العلوم الطبيعية ، وعلم المعلومات يجب أن يشكلا مصدراً للتجديد يمكن من خلاله طرح أفكار جديدة تشكل بدايات لمشروعات أعمال . لذا من الضروري أن يتم تضمين اكتساب أفكار جديدة كبدايات لمشروعات أعمال ، وأيضاً الانتفاع بنتائج الأبحاث في البنية التنظيمية للبحث الأكاديمي كمواد دراسية .

وإلي جانب التعليم والبحث العلمي من الضروري دعم الطلاب أو الخريجين الذين يعتزمون تأسيس أعمال خاصة بهم علي نحو ملموس . وعلي هذا يجب تحديد أكبر قدر ممكن من أفكار المشروعات وأكبر عدد من الطلاب المستعدين لأن يصبحوا رجال أعمال . و يعتبر من أهم أهداف الترويج للأعمال هو تحديد أفكار المشروعات الواعدة التي تحمل قدراً عالٍ من احتمالية النجاح .

وعند اعتماد أفكار معينة واعتبارها ذات إمكانية جيدة ، تبدأ مناقشة الاعتبارات التالية :

- كيف يمكن وضع خطة للمشروع ، كيف يمكن طلب المشورة في دعم خطط المشروعات.
- دعم أنشطة التسويق مثل أبحاث السوق وتطوير السوق .
- ترويج مشروعات الفريق وعلي سبيل المثال ، متخصص الهندسة ومتخصص التسويق .
- طلب المشورة في التساؤلات والمشكلات المختلفة المتعلقة بتأسيس الشركات وبمرحلة نموها .
- الدعم المالي ، سواء بالنسبة لرأس المال أو للتمويل الخارجي .

حاضنات الأعمال في ألمانيا :

يوجد في ألمانيا ٣٣٠ مركز تكنولوجي ، يوصف معظمها بخصائص حاضنات الأعمال التكنولوجية فقد تم إنشاء أول حاضنة في ألمانيا في برلين عام ١٩٨٣ ، حيث قامت الحكومة والجامعة التقنية Tu في برلين بفتح حاضنة الإبداع الكبيرة عام ١٩٨٣ (حاضنة مركز الإبداع والأعمال) وكانت فكرته الأساسية مساعدة خريجي الجامعات العاطلين ، والعلماء والعمال من إعادة هيكلة المشاريع الصناعية لإيجاد فرص عمل جديدة ، وعلي عاتق مركز حاضنة الأعمال والإبداع تقع مسئولية تحسين وتطوير الهياكل الاقتصادية في فترة قصيرة . وقبل عام ١٩٩٠ كان علي الأقل ٧٠% من الحاضنات واقعه في المناطق العلمية بالوصول المباشر إلي الجامعات والمؤسسات العلمية.

ويوجد في ألمانيا اليوم ما يعرف باسم الرابطة الاتحادية الألمانية لمراكز حاضنات الابتكار والتكنولوجياوالأعمال (ADT) Arbeitsgemeinschaft Deutscher Technologe، فضلاً عن حدائق العلوم والتكنولوجيا.والهدف من هذه الرابطة ADT هو تشجيع نقل التكنولوجيا والابتكار فضلا عن دعم مشروعات الأعمال المبتدئة والشركات الناشئة ودعم المقاولاتية (الريادة) الإبداعية. و دعم أصحاب المشاريع المبتكرة و الشركات الوليدة في الأماكن العامة مثل السياسة والصناعة والعلوم ووسائل الإعلام. وترتبط حاليا حوالي ١٥٠ مركز لاحتضان الأعمال و الابتكار في ADT ، مع أكثر من ٧٥٠٠ شركة وأكثر من ٥٦٠٠٠ موظف في هذه المراكز.

وتتنوع الحاضنات في ألمانيا علي النحو التالي:

١- حاضنات الأعمال : (٤٢% من أنواع الحاضنات الموجودة في ألمانيا حاضنات أعمال) وتقدم التسهيلات لرجال الأعمال والمبادرين من الشباب ومعظمها يتصل مباشرة بالجامعات والمؤسسات البحثية ومثال ذلك ما يتعلق بالخدمات التكنولوجية والاستشارية التي تقدمها الجامعة لرجال الأعمال وأصحاب المشاريع الصغيرة .

٢- مراكز تكنولوجية : (٤٦% من الحاضنات في ألمانيا عبارة عن مراكز تكنولوجية) لدعم المشاريع التكنولوجية الخاصة بالشباب الخريجين ولتطوير وتسويق المنتجات الجديدة والطرق المتعلقة بقطاع التكنولوجيا العالية.

٣- حدائق العلوم : (١٤% من الحاضنات الموجودة في ألمانيا عبارة عن حدائق ومنتزهات للعلوم) وهي نوع خاص من مراكز الإبداع ويطلق عليها أحياناً عنقودية العلوم حيث تركز علي الشركات والأقسام البحثية التي تهدف إلي التطوير وهناك تعاون وثيق الصلة بين الجامعات والمؤسسات البحثية بهذا النوع من الحاضنات .

وعموماً فإن حاضنات الأعمال في ألمانيا تهدف إلي تحقيق أربع مهام أساسية لخدمة قطاع الأعمال وتوثيق الصلة مع الجامعات وهي :

١- ترويج الأعمال .

٢- نقل وتوطين التكنولوجيا .

٣- التنمية الاقتصادية .

ولذلك تقدم الحاضنات في المانيا نوعين من الخدمات :

الخدمات الأساسية Core Services : ترتبط بتقديم البنية التحتية لخدمات المكتبات والمعلومات والنشاطات المرتبطة بالشبكات .

الخدمات الوسيطة Mediation Services :وتتمثل في تقديم خدمات الوساطة مثل اقتناء رأس المال المغامر والمحاسبة والتدريب والاستشارات التسويقية والاستشارات الإدارية الخاصة بتسهيل عمل الشركات.

نموذج حاضنة جامعة الأعمال(الريادة) Fachhochschule Gelsenkirchen فى ألمانيا

التقدم بالنسبة لجامعة العلوم التطبيقيةFachhochschule Gelsenkirchen يعني أن تكون قادرة على تلبية مطالب اليوم و التغييرات السريعة في عالم العمل. و تحقيق ذلك من خلال تقديم مزيج متساو ومتوازن من التعليم والخبرة العملية ؛ . فالزيادة المطردة في مجموعة من الموضوعات المتخصصة التي تقدمها الجامعة هو مؤشر على التعايش بين التقليد زراعة والتنمية الجارية في مجال التعليم والبحوث. و يتم تقديم دورات دراسية أكثر

من ٢٠ في مجال التكنولوجيا ، والمعلوماتية ، والعلوم الطبيعية ، والدراســات التجاريــة ، والقانون والصحافة. وقد استجابت الجامعة لهذه التطورات في مجال العلوم والتغيرات في كل من الاحتياجات المهنية والوظيفية.

يعتبر هذا النموذج من أهم النماذج الأوربية والتي تقدم لموذج تحويلي فى التعليم العالى الاروبى :فتنشر ثقافة الأعمال (الريادة) في ألمانيا ، كما ذكر بيتر شولت Peter Schulte عام ٢٠٠٤م مسئولية أخذتها معظم الجامعات على عاتقها باعتبار ان ثقافة الأعمال (الريادة) تساعد ألمانيا في تحقيق التنمية الاقتصادية بشكل أساسي وذلك من خلال البحــث والتــدريب ولذلك أصبحت ثقافة الأعمال (الريادة) جزء أساسي من رسالة الجامعات الألمانية .ويجب إنجاز أهداف جامعة الأعمال المقاولاتية (الريادة)من خلال توفير بنية تنظيميــة وتوصــيف بحثي وعلمي جيد الإعداد .

وفى جامعة Fachhochschule Gelsenkirchen (جامعة العلوم التطبيقية)، تــم إنشاء معهد لدعم ريادة الأعمال والتجديد واعتبر معهداً مركزياً للجامعة .و يأخذ المعهد علي عاتقه إنجاز كل المهام البحثية والتعليمية إلي جانب مهام أخري مرتبطة بالارتقــاء بتأســيس المشروعات والأعمال .و يقوم هذا المعهد بمساعدة الطلاب في التعرف علــي مــوضوع الأعمال في جميع الكليات ومقررات الدراسة .و معظم البرامج تقدم مقررات ملائمة لتحقيــق هذا الغرض ، فهناك مثلاً مقرر إدارة الأعمال في برنامج تعليم الهندسة .و المهــام المتعلقــة بترويج الأعمال لا تعتبر عادة مهام مرتبطة بالجامعة في ألمانيا .و لذا قامت جامعة العلــوم التطبيقية بابتكار حاضنة للأعمال وهي بمثابة شركة مستقلة لتنفيذ هذه المهام .و العديد مــن الخريجين الواعدين أو الطلاب الذين لديهم أفكار لمشروعات أعمال قد يتطــوروا ليصــبحوا يوماً من الأيام رجال أعمال ناجحين . حاضنة الأعمال مهمتها "رعايــة" هــؤلاء الطــلاب بمكونات التأهيل الملائم والتنمية الذاتية .و مركز الأعمال هو مركز ينتمي لحاضنة الأعمــال .و يقوم هذا المركز بتوفير أماكن للإيجار بأسعار مخفضة كما يقوم بتــوفير فــرص الــدعم للمشروعات الواعدة لتنمية أعمالها بالمنطقة .

وتؤدى حاضنة الأعمال بالجامعة كل المهام الهامة المرتبطة بتأسيس الشركات الجديدة والمرتبطة أيضاً بمراحل نمو هذه الشركات .و بالعمل جنباً إلي جنب تقوم هـذه المؤسسـات بتقديم برنامج الماجستير – وهو برنامج تم استحداثه مؤخراً – في تعليم تاسيس الأعمال وهو ماجستير "الإدارة العامة وإدارة التجديد" ويدار هذا البرنامج بواسـطة حاضـنة الأعمـال .و الخريجون الناجحون يتم منحهم درجة الماجستير في إدارة الأعمال من جامعة العلوم التطبيقية Fachhochschule Gelsenkirchen . وإدارة الجامعة، كما أكد بيتر شولت عام ٢٠٠٤م ، مسئولة عن نجاح حاضنات الأعمال التكنولوجية التي تقوم الجامعة بتأسيسـها كمـا أنهـا مسئولة عن الترويج لمشروعات الأعمال . وأعضاء الفريـق الإداري بالجامعـة يجـب أن يركزوا كل جهودهم لخدمة هذا النشاط الترويجي من خلال ابتكار وضمان التنظيم الملائم .

ومن الضروري دمج المهام والأدوات المختلفة لترويج مشروعات الأعمال المقاولاتيـة بمعني أنه يجب عدم عزلها عن بعضه البعض .و من مهام إدارة الجامعة أيضاً التأكد من أن مواد "الأعمال Entrepreneurship" و"تأسيس الأعمال في الجامعات" لم يتم تجاهلها في أي من كليات الجامعة .و من الضروري أن تصل هذه المواد إلي جميـع الطـلاب وأن تحفـز دافعيتهم وأن تحرك أساليب التعلم لديهم وأن تدعم قدراتهم علي التفكير المسـتقل .و المهمـة الرئيسة هي خلق "ثقافة الأعمال" في الجامعة.

خامساً : التجربة الماليزية

لقد تم اعتماد سياسة التجمعات الصناعية كحاضنات للأعمال فـي ماليزيـا، والتـي ركزت بدورها على تنشيط وتنمية المشروعات الإنتاجية والتصنيعية المتخصصة في بعـض القطاعات الإنتاجية التي تعتبر قطاعات تصديرية في المقام الأول.و من هذه القطاعات نجـد: شركات الخدمات المتخصصة، شركات البحث والتطـوير المتخصصـة، شـركات تصـنيع المعدات، شركات التغليف المتقدمة، الشركات المتخصصة في التجارة الإلكترونيـة. ومـع التأكيد عـلى أن التجـارب المختلفة أثبتت أن الجامعات والمعاهد البحثية هي أنسب الجهات التي تستطيع أن تلعب الدور الرئيسي لترجمة ونقل الأفكار الإبداعية إلى الصناعة، فقد قامت ماليزيا بإقامة عدد من المؤسسات حديثاً من أجل هذا الغرض، وعلى رأسها شـركة تطـوير

التكنولوجيا الماليزية Malaysian Technology Development Corporation, MTDC من أجل تسويق ونقل الأفكار الإبداعية من داخل الجامعات والمعاهد البحثية الماليزية، ووضعها في إطار التنفيذ من خلال الربط بين هذه الجهات وسوق العمل. ومن منطلق أن الإمكانيات المتقدمة من الأجهزة والمعدات عادة ما تكون مرتفعة الثمن وغير متوفرة للعديد من الشركات الصغيرة والمتوسطة في ماليزيا

كما تقوم شركة تطوير التكنولوجيا بالاهتمام بدراسة هذه الاحتياجات، وتتحرك من أجل ترسيخ التعاون بين الجامعات والمعاهد البحثية والشركات الصناعية من أجل المشاركة في المكسب والخسارة .فشركة تطوير التكنولوجيا الماليزية تمثل مركز احتضان المشروعات التكنولوجية الصغيرة الجديدة،و تم تأسيسها من خلال الجامعات لتسمح للشركات الصناعية المتخصصة في القطاعات الإنتاجية والخدمية ، أن تعمل في إطار تعاون مشترك مع أعضاء هيئة التدريس بالجامعات والعلماء .

نموذج شركة التطوير التكنولوجي الماليزية :

Malaysian Technology Development Corporation, MTDC

تم إنشائها بواسطة الحكومة الماليزية عام ١٩٩٢ م بهدف تزعم عملية تطوير الاعمال التكنولوجية وركز دورها الأساسي على الترويج والإعلان عن البحوث المحلية الإبداعية من داخل الجامعات والمعاهد البحثية الماليزية، ووضعها في إطار التنفيذ من خلال الربط بين هذه الجهات وسوق العمل وجلب التكنولوجيا الجديدة من الخارج ومن خلال تلك الانشطة الاستثمارية تطورت شركة التطوير التكنولوجي الماليزية لتصبح لها الدور الريادي والقيادي فى رأسمال المغامر قبل شيوع وانتشار هذا المفهوم فى ماليزيا.

وتعتبر شركة تطوير التكنولوجيا الماليزية MTDC بمثابة حاضنات للمشروعات الصغيرة تم تأسيسها من خلال الجامعات لتسمح للشركات الصناعية المتخصصة في القطاعات الإنتاجية والخدمية الجديدة، مثل مجالات الوسائط المتعددة (Multimedia)

والتكنولوجية الحيوية (Biotechnology)، أن تعمل في إطار تعاون مشترك مـع أعضـاء هيئة التدريس بالجامعات والعلماء.

وبمرور الوقت ظهر وانتشر مفهوم رأس المال الغـامر وتطـورت شـركة التطـوير التكنولوجي وأصبحت بمثابة الوكالة الوحيدة والتي من الممكن ان تشتق منها مصادر التمويل .فقد قامت شركة تطوير التكنولوجيا الماليزية بتجسيد مراكز الاحتضان التكنولـوجي تحـت برنامج مجموعة التطوير التكنولوجي للحكومة وتم تصميم هذا البرنامج لتدعيم وتقوية الصلة بين المؤسسات البحثية والجامعات والصناعة والهدف الرئيسي هو تنشيط وتـدعيم الإسـراع بالأنشطة الترويجية للجامعات ولذلك تم تبنى مراكز تطوير التكنولوجيا في ثلاثة جامعـات ماليزية هي : UPM- MTDC جامعة بـوترا Uuniversity Putra ـــ جامعـة كيبايجسانUKM-MTDC kebansaan university ـــ UTM-MTDCجامعـة تكنولوجيا Technology UNIVERSITY و هذه المراكز تعمل على تنشـيط البحـث والتطوير و الابتكار والتطوير التكنولوجي في قطاعات الصناعة المتخصصة .

أمثلة لبعض حاضنات المراكز التي أقامتها شركة التطوير التكنولوجي الماليزية MTDC

أولاً : حاضنة المركز التكنولوجي (UPM-MTDC Technology centre) :

تم افتتاح هذه الحاضنة التكنولوجية في أبريل ١٩٩٧ بحضور رئيس وزراء ماليزيا وتعتبر هذه الحاضنة بمثابة مشروع استثماري مشترك بين جامعة بوترا الماليزيـة Putra University وشركة MTDC وهو الأول من سلسـلة مـن مراكـز حاضـناتMTDC التكنولوجية التي أنشئت داخل حرم الجامعات في ماليزيا. ويبلغ عدد الشركات القاطنة بهـذه الحاضنة المتخصصة ٣١ شركة معظمها تعمل في تكنولوجيا المعلومات والوسائط المتعـددة Multimedia، ويجري تطوير حاضنة المركـز التكنولـوجي MTDC – UPM علـى مراحل ، تضم حاليا ثلاث مراحل مع المساحة المبنية الإجمالية للمرحلة ١٤١٩٦٤ قدم مربع المرحلة الاولى يغطي المساحة المبنية من ٢٤٦٠٠ قدم مربـع، وتحتـل المرحلـة الثانيـة ٧٩٤٢٤ قدم مربع، وتغطى المرحلة الثالثة ٣٧٩٤٠ قدم مربع وهذه المراحل الثلاث تغطـي مساحة ٣٩ فدانا وتعتبر حاضنة المركز التكنولوجي معزز للقوة البشرية للوسائط المتعـددة

لدعم نمو الشركات فى UMP-MTDC و أصبحت هذه الحاضنة مثالاً ناجحاً لدعم العلاقة بين أعضاء هيئة التدريس والشركات لمراكز الإبداع التكنولوجي في ماليزيا،وهذا التكامل يشكل المشاريع البحثية والاستشارة التكنولوجية وتعين طلاب الدراسات العليا فى الشركات وتقوم هذه الشركات أيضا بترويج التكنولوجيا ، كما تقوم أيضاً بتمويل العديد من المشروعات في مجال التكنولوجيا المتقدمة، وقد ساعدت على تنفيذ عدد من المشروعات الحكومية وخصوصاً في مجالات برمجيات الحاسب الآلي والوسائط المتعددة، حيث تمت إقامة مشروع . Multimedia Super Corridor, MSC

ثانياً : حاضنة المركز التكنولوجي (UTM-MTDC Technology Centre)

تأسس المركز التكنولوجي UTM - MTDC في ديسمبر ٢٠٠١ ، وهو مشروع استثماري مشترك بين جامعة ماليزيا التكنولوجية Universiti Teknologi Malaysia (UTM) وشركة MTDC . وقد تم تخطيط المركز لجذب الشركات العاملة أساسا في مجال الهندسة المتقدمة ، وعلوم الحياة و يقع المركز على مساحة ٤,٢٤ فدان من الأراضي المخصصة للحدائق التكنولوجية. ومن التوجهات الرئيسية لتنمية مركز التكنولوجيا مايلى :

- تطوير العلوم والتكنولوجيا لتعزيز الكفاءة والقدرة التنافسية الصناعية.
- تطوير التكنولوجيات المحلية من خلال زيادة قدرة الدولة على تهيئة وتكييف وتحسين التكنولوجيات من خلال البحث والتطوير.
- تطوير مجموعة من الباحثين المهرة القادرةعلى التعامل مع التقنيات الجديدة و التطبيقية.
- *التأكيد* على أن الحفاظ على البيئة وحمايتها يتم من خلال عملية التنمية الاقتصادية الشاملة.
- تطوير ثقافة إيجابية مبنية على الانضباط والنزاهة والحرص على تجهيز الماليزيين للإنتاجية العالية والالتزام بالجودة.

ثالثاً : حاضنة مركز التكنولوجيا الذكية (UKM-MTDC Smart Technology Centre):

هى مشروع استثماري مشترك بين جامعة كيبنجسان Universiti Kebangsaan وشركة MTDC ويقع هذا المركز على مساحة ٦ فدان من الأراضي داخل الحرم الجامعي

وهذا المركز افتتحه أيضاً رئيس وزراء ماليزيا في سبتمبر ١٩٩٩، ويوجد به حوالي عشر شركات تعمل بنجاح ومن المتوقع أن هذه المساحة تكفى لاستيعاب من ١٢-١٥ شركة مستأجرة وقد تم التخطيط لحاضنة المركز لجذب الشركات المتضمنة بشكل رئيسي في البحث والتنمية والتصنيع المتقدم والهندسة البيئية تحت عنقود التكنولوجيا الحيوية حيث أن معظم هذه الشركات تعمل في مجال التكنولوجيا الحيوية وصناعة الدواء وتطبيقات الهندسة الكيميائية وهذا المركز يحقق نمو جديد في مجال الروابط الصناعية بين الجامعات والصناعة والقطاع الخاص. هناك عدة آليات لاختيار الشركات التي الراغبة في الالتحاق بهذه المراكز، حيث أصبحت هذه المراكز بمثابة حلقة الوصل بين الجامعات وبين وقطاع الأعمال، فتقدم هذه المراكز بيئة عمل صالحة لنشاط البحث والتطوير ، وتطوير المنتجات وعمليات التوسع بالشركات، وتوفر هذه المراكز أيضاً المعامل المتخصصة و الخاصة بالبحوث والمعدات الأخرى لأنشطة التصنيع.

خدمات الدعم المقدمة للشركات من خلال حاضنات المراكز التكنولوجية في ماليزيا :

قامت شركة تطوير التكنولوجيا الماليزية بالتعاون مع الجامعات الثلاثة بتكوين لجنة تسيير للإشراف على أنشطة المراكز ودعم الخدمات بها، والتي تقدم خدمات وتضع شروطاً للتعاون بين الجامعات والشركات الموجودة بالمراكز في المجالات الآتية والتي أشار إليها عاطف الشبراوي عام ٢٠٠٥ م على النحو التالي :

- البحث والتطوير والاستشارات الهندسية .
- نقل التكنولوجيا العالية والتعاون الدولي المشترك .
- تنمية الموارد البشرية .
- خلق شبكات ومؤسسات للمشروعات .
- دعم برنامج إدارة الجودة .
- دعم برنامج تنمية عمليات التصنيع .
- تقديم خدمات التحليل المالي .
- البناء الإداري لمركز تطوير التكنولوجيا .
- التخطيط الاستراتيجي .

• تطوير الأعمال التكنولوجية .

شروط التعاون بين الجامعات والشركات الموجودة بالمراكز :

هناك عدة شروط للتعاون بين الجامعات والشركات الموجودة بالمراكز تتمثل فيما يلى :

• تمنح الجامعة قطعة أرض لفترة ٣٠ سنة، وسوف يقوم مركز تطوير التكنولوجيا الماليزي بأعمال البناء والتنمية والإدارة للمركز، هذا بجانب أن يكون له الحق في إسكان الشركات التي تعمل في مجال التكنولوجيا المتقدمة.
• الجامعة المخصصة تحصل على ٥% من الدخل الخاص بالمركز .

معايير تميز نماذج المقارنة المرجعية :

١- التوجه الجامعي لقطاع الأعمال وتطبيق مدخل المقاولاتية (الريادة) في أوساط الجامعات والمؤسسات البحثية :

تتشابه معظم دول المقارنة المرجعية في اعتبار منظومة الأعمال كيان من كيانات الجامعة تهدف إلي الاستفادة من الإمكانات والخبرات المتميزة الموجودة بالجامعة والموائمة مع المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية والهدف من طرح مبدأ الأعمال في الجامعات والمناهج الجامعية هو مساعدة الخريجين علي خلق مجال عمل لأنفسهم وللتعامل مع الصعوبات الموجودة في سوق العمل من خلال التعرف علي المهارات اللازمة للتحلي بها وفقا لمتطلبات واحتياجات مجتمع الأعمال وإقامة روابط وثيقة بين المناهج الدراسية ومجالات البحث العلمي وتطبيقات البحوث وتسويق نتائجها. وتشجيع وتقنين التعاون المشترك بين الجامعة وقطاع الأعمال بصورة مستمرة.

٢- تحديد واضح المعالم لأهداف حاضنات الأعمال التكنولوجية بالجامعات :

تتفق معظم دول المقارنة المرجعية علي وجود أهداف محددة وواضحة لعمل الحاضنات التكنولوجية و يشمل الهدف العام لحاضنات المشروعات التكنولوجية تحقيق التنمية المستدامة في المجتمع بإشكالها المختلفة ويقوم ذلك علي دعم المبادرات العلمية والمشروعات التكنولوجية الناشئة وتشتق منه أهداف عديدة أخري تشمل تقديم المشورة والدعم التقني والفني

وتأهيل جيل من أصحاب الأعمال ودعمهم ومساندتهم لتأسيس أعمال جادة ذات مردود يسهم في تنمية الإنتاج وفتح فرص للعمل والنهوض بالاقتصاد ومساعدة الشباب من خريجي الجامعات والمعاهد العليا علي إقامة مؤسساتهم ومشاريعهم الخاصة ، ومساعدة الباحثين علي الاستفادة من البحوث العلمية وتحليل المخاطر وأسباب الفشل في المشروعات .

٣- تنوع وتعدد خدمات الحاضنات التكنولوجية بالجامعات :

تتميز معظم دول المقارنة بتعدد وتنوع الخدمات التي تقدمها الحاضنات التكنولوجية من حيث الخدمات الاستشارية والخدمات المعلوماتية وخدمات تنمية الموارد البشرية ، والخدمات فنية ، الخدمات مالية ، الخدمات تسويقية وغيرها من الخدمات الأساسية التي تقدمها الحاضنة التكنولوجية بالجامعة للمستفيدين .

٤- تعدد عوامل ومقاييس نجاح الحاضنات التكنولوجية بالجامعات:

تتفق معظم دول المقارنة علي أنه يجب أن يكون هناك عوامل محددة لنجا عمل الحاضنات التكنولوجية بعضها يتعلق بالجانب الإداري والمالي والبعض يتعلق بالجانب الإعلامي والتسويقي للحاضنات وغيرها التي يمكن إجمالها في النقاط التالية :

- مشاركة قطاع الأعمال والقطاع الخاص .
- استحداث وتطوير الأنظمة واللوائح التي تحكم التعاون بين الجامعة وقطاع الأعمال.
- اختيار المكان الملائم والجيد والقريب من الجامعة والمعاهد لإمكانية تطويره .
- تمويل ودعم المبادرات من قبل الجهات الحكومية وغير الحكومية والتزام المؤسسات المالية للدولة في دعم المبدعين والمبادرين ومخرجات الحاضنات .
- إقامة تحالفات بين الجهات المعنية بالتجديد التكنولوجي .
- ترويج ثقافة الريادة والإبداع والابتكار والمبادرة .
- توافرا لدعاية والإعلام اللازم وتشجيع ودعم كافة الجهات المعنية بعمل الحاضنات التكنولوجية بالإضافة إلى الإمكانيات المتوفرة بالحاضنة.
- مستوى الخدمات المقدمة، وجودة شبكة الأعمال.

- الاستعانة بفريق إداري ذي مستوي عال ، وتوفير التدريب اللازم له لصقل مهاراته المختلفة .
- توافر الدعم الفني والإداري باعتبارهما من أهم عناصر نجاح عمل الحاضنات التكنولوجية.
- الميزة التنافسية التي تقدمها الحاضنات التكنولوجية لمستفيديها .
- التقييم المستمر لبرنامج الحاضنات وتحسين الأداء .

٥- تنوع وتعدد الحاضنات التكنولوجية لتوطيد العلاقة بين الجامعات وقطاع الأعمال :

- من بين معايير تميز دول المقارنة تنوع وتعدد الحاضنات التكنولوجية وذلك من أجل توطيد العلاقة بين الجامعة وشركات الأعمال ولذلك تعددت وتنوعت شركاء التعامل مع الحاضنة التكنولوجية بالجامعة لتشمل أعضاء هيئة التدريس والطلاب والبنوك والشركات والهيئات ورجال الأعمال والمؤسسات العامة وغيرها ولذا تعددت وتنوعت الحاضنات لتضم:

- حاضنات الأبحاث التكنولوجية :

وهي حاضنات تستهدف توظيف البحوث العلمية وتحويلها إلي منتجات ويطلق عليها أحياناً الحدائق التكنولوجية ، ومنتزهات العلوم وتكون داخل الحرم الجامعي لتطوير أفكار وأبحاث أعضاء هيئة التدريس والاستفادة من الإمكانات الموجودة بالجامعة .

- حاضنات أكاديمية :

تمولها الجامعات وتهدف من ورائها تطوير أداء الكليات من مردود العائد الاقتصادي للأبحاث التي تقوم بها .

- حضانات حكومية غير هادفة للربح :

تمولها الحكومة والجامعات وتهدف إلي تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في البلاد.

٦- اعتبار الحاضنة منظومة عمل متكاملة بالجامعات :

اتفقت معظم دول المقارنة علي أن الحاضنة التكنولوجية منظومة عمل متكاملة توفر كل السبل من مكان مجهز مناسب به كل الإمكانات المطلوبة لبدء المشروعات التكنولوجية وشبكة

من الاتصالات والارتباطات بين مجتمع الأعمال والصناعة وتدار هذه المنظومة عن طريق إدارة متخصصة توفر جميع أنواع الدعم اللازم لزيادة نسب نجاح المشروعات الملتحقة بها وتشمل مكونات هذه المنظومة علي :

- المدخلات :

- المبدعين (طلبة – خريجين) .
- الجامعة / المعاهد العليا .
- الشركاء وأصحاب المصالح والممولين .
- قطاع منظومة الأعمال والمعرفة .
- الأهداف (الرسالة والرؤية) .
- الإمكانات المادية والمالية والبشرية .

- العمليات :

- الاستشارات المختلفة .
- الاتصالات التقنية .
- التسهيلات .
- الخدمات .
- التنسيق والتعاون مع الممولين .

- المخرجات :

- ثقافة الإبداع والمبادرة .
- مشاريع تكنولوجية ذات جدوي .
- تعظيم الميزة والقدرات التنافسية للمشروعات التكنولوجية .
- تسويق الأبحاث .
- قدرة الحاضنة علي الاستمرارية والتمويل الذاتي .

٧- تنوع وتعدد مصادر تمويل الحاضنات التكنولوجية بالجامعات :

تتنوع مصادر تمويل الحاضنات التكنولوجية في معظم دول المقارنة لتشمل أما الدعم الجزئي لتكاليف الحاضنات ومشروعاتها من الجامعات أو دعم مشترك بين قطاع الأعمال والجامعة بقصد الربح وأما التوجه نحو التمويل الذاتي .

٨- وجود هيكل تنظيمي متخصص في إدارة الحاضنات التكنولوجية بالجامعات :

تتفق معظم دول المقارنة علي أنه لابد من وجود هيكل تنظيمي متخصص لإدارة الحاضنات بحيث يشرف عليها مجلس إدارة ولجان توجيه تتألف من الجهات التي ترعي عمل الحاضنات ويتضمن ذلك الهيكل مدير للحاضنة وتكون من أهم مهامه ضمان تحقيق السياسات والأهداف المحددة للحاضنة والمعتمدة من مجلس إدارته ومجلس إدارة وأهم مهامه وضع وإقرار الإطار العام لأسلوب عمل الحاضنة في كافة النواحي الفنية والمالية والإدارية واللجان التوجيهية المختلفة واللجان التنفيذية وتكون من أهم مهامها وضع شروط الانضمام والتخرج من الحاضنة .

مراجعة الاسباب التي أدت الى تميز دول المقارنة

التجربة السعودية :

تتبع المملكة سياسة الاقتصاد الحر حيث لا توجد قيود على الاستيراد تجاه المنتجات الأجنبية مما يتيح لها منافسة المنتجات المحلية، وهذا يتطلب إكساب المنتجات المحلية القدرة على هذه المنافسة عن طريق رفع مستوى جودتها والاستفادة من النظم الإداريسة والتشغيلية المستحدثة في تحقيق الكفاءة الاقتصادية للمنشآت الإنتاجية والخدمية خصوصا وأنه مع الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية والالتزام بمبادئها واتفاقياتها فانه سوف تزيد حدة هذه المنافسة مما يتطلب زيادة القدرات الإدارية والتقنية والتسويقية للمنشآت ، وهذا يتطلب الاستفادة من الإمكانات العلمية المتاحة في الجامعات والمراكز البحثية للإسهام في تحقيق التطوير المنشود.

ولذلك جاء إطلاق السعودية لمشروع «حاضنات التقنية» لتعزيز موقعها عالمياً في الاستثمار المعرفي ولدعم الاقتصاد الوطني من خلال تعزيز فرص الاستثمار في الاقتصاد المعرفي الذي يدعم العمل التجاري في السعودية ويسهم في الاستغلال الأمثل للأفكار الإبداعية والاختراعات من خلال الجمع بين المبدعين والمخترعين ورجال الأعمال والمستثمرين. وقد بدأت السعودية أخيراً، متمثلة في عدد من الجهات الحكومية والخاصة في مقدمتها مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية باعتبارها الجهة القائمة على إنشاء حاضنات تقنية في السعودية عبر خبرائها ومعاهد الأبحاث التي تحتضنها، الخطوات الفعلية لإنشاء أول حاضنة تقنية تحت مسمى «حاضنة تقنية المعلومات والاتصالات» في العاصمة الرياض. وقد جاءت هذه الخطوة الواعدة، مع تصدر السعودية للمركز الأول عربياً في عدد طلبات براءات الاختراع بحسب تقرير للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (ويبو) World Intellectual Property Organization (WIPO)، .

التجربة السورية :

لقد حدثت خلال العقدين الماضيين تغيرات كبيرة في البنية الأساسية الديمغرافية والاقتصادية في سورية، وترافق ذلك مع إعادة ترتيب أولويات خطط التنمية الوطنية، الأمر الذي استوجب إعادة النظر في سياسات التعليم العالي في سورية في ضوء تقييم ما أنجز في المراحل السابقة، بهدف مواجهة تحديات التنمية المطروحة في المستقبل، على اعتبار أن التعليم هو العامل الأساسي الذي يؤدي إلى التطور والتنمية والتقدم، إذ لم يعد ممكناً تصور نجاح أية عملية تنموية وطنية بدون المساهمة الفعلية الحقيقية لعنصر التعليم، الذي بات عنصراً محدداً وركناً أساسياً من أركانها. وأكثر من ذلك، يقع على عاتق التعليم عامة والعالي على وجه الخصوص عبء تنمية وتطوير الموارد البشرية، التي تعتبر المحدد الأساسي لتحقيق ونجاح التنمية الوطنية المستدامة.

إن الاهتمام الذي يوليه السيد الرئيس بشار الأسد لقطاع التعليم العالي نابع من إيمان سيادته بأن التعليم العالي هو العنصر الأهم في النمو الاقتصادي، لذلك كان لابد من تطوير منظومة التعليم العالي والبحث العلمي لتتمكن مخرجات هذه المنظومة من تلبية متطلبات

التنمية الاقتصادية والاجتماعية باحتياجاتها المتغيرة والمتعددة ومن مجابهة التحديات المختلفة .ولذلك جاءت رسالة التعليم العالي لتعمل على تعميق ربط الجامعة بالمجتمع والتركيز على تطوير المهارات التمكينية للفرد ، العنصر الأهم في عملية التنمية الوطنية. ولذلك اعتمدت الوزارة سياسة جديدة ترمي إلى استحداث برامج لتدريب الطلاب وحثهم على تأسيس أعمال جديدة ومبتكرة والعمل على أقامة روابط مع عالم الأعمال ورواد الأعمال الناجحين وانشاء حاضنات للتكنولوجيا والأعمال داخل الحرم الجامعي و مراكز جامعية لإدارة ومتابعة المستقبل المهني للخريجين ويجري العمل على استحداث برامج لتحقيق ذلك .

التجربة الأمريكية:

تعطي التجربة الأمريكية في دعم المشروعات الصغيرة دروسا مهمة للدول التي تسعى لجعل هذا القطاع هو المحرك لاقتصادياتها، فرغم أننا أمام أكبر اقتصاد رأسمالي في العالم، فإن ذلك لم يمنع الدولة من حماية هذه المشروعات ومساندتها حتى تتخطى كل العقبات التمويلية والتسويقية. ورغم أن بعض ملامح التجربة قد لا يتفق مع خصوصية البيئة الاقتصادية العربية، فإنها تظل تجربة مليئة بالدروس للدول السائرة في طريق توسيع مجال المشروعات الصغيرة.وساهمت في انتقال عدد من المشروعات الصغيرة إلى شركات كبرى مثلما حدث لشركات آبل وإنتل وفيدرال إكسبريس، وكومباك وأمريكا أون لاين.

واستطاعت الوكالة خلال عقد التسعينيات رفع معدل النمو السنوي للمشروعات الصغيرة إلى ٣,٨%، ووصل عدد المشروعات إلى أكثر من ٢٢ مليون مشروع غير زراعي، وتقوم بتوظيف حوالي ٥٣% من القوى العاملة، كما تحقق ٤٧% من المبيعات الكلية للولايات المتحدة، مساهمة بنسبة ٥٠% من الناتج المحلي الإجمالي الأمريكي تاركة النصف الآخر للمشروعات الكبيرة. واشارت الوكالة الى ضرورة توافر اليات جديدة تقلل من معدلات اخفاق المشروعات الصغيرة. و لهذا أقيمت الحاضنات في بداية الأمر لتخفيض الفشل وزيادة معدل النمو لمنشآت الأعمال الجديدة والصغيرة ويعتبرونها أداة جديدة الاقتصادية المحلية وترتبط نسبة كبيرة من الحاضنات ٨٠ في المائة بالجامعات او المعاهد التعليمية المحلية وذلك لتطوير نشاط مساحة الأماكن المدارة او مراكز الأعمال وكذلك الاهتمام المتزايد لتشجيع

الابتكار ونقل التكنولوجيا وتوفير فرص العمل وزيادة الثروة والانتعاش الاقتصادي ومن اجل هذا كان إنشاء المنظمة القومية لحاضنات الأعمالNBIA والتي تمت أقاماتها من خلال بعض رجال الصناعة الامريكين فى صورة مؤسسة خاصة تهدف الـى تنشـيط تنظـيم صـناعة الحاضنات. وهى الان تعتبر من اهم المنظمات فى العـالم لاحتضـانات الأعمـال ورعايـة المبادرين.

التجربة الألمانية :

تساعد مبادرة التميز للجامعات الألمانية من خلال دعم الأبحاث العلمية المتميزة على إقامة تجمعات مراكز الأبحاث (التجمعات العنقودية المتميزة) في الجامعات، التي يفترض أن تشكل مؤسسات بارزة على المستوى العالمي تقوم فيها الأبحاث بالتعاون مع كل من مؤسسات غير جامعية ومعاهد تخصصية عليا ومع القطاعات الاقتصادية المختلفة .وتعمل على تقـديم الدعم لمشروعات "أفكار المستقبل من أجل تطوير وتوسيع البحث العلمي الجامعي"، وشرط الحصول على هذا الدعم هو أن يتوفر في الجامعة على الأقل تجمع (عنقودي) متميز للبحـث العلمي، ومعهد للدراسات العليا والخريجين، خطة واضحة للعمل في المستقبل وألية لتعزيـز العلاقة مع قطاع الإعمال. فلقد أصبح لزاماً علي الجامعات الألمانية أن تسهم مـن خـلال التعليم والبحث العلمي في التنمية الاقتصادية للمجتمع ككل وللأقاليم المحيطة بها علي وجـه الخصوص . إن قيام الشباب من الخريجين بتأسيس أعمالهم يعد أداة فعالة لإحـداث التنميـة الاقتصادية . وإذا أمكن تحويل نتائج الأبحاث عن طريق الأعمال التي تؤسسـها الجامعـات إلي منتجات ،و إجراءات ، وخدمات جديدة فإن هذه النتائج ستصبح دوماً إبداع لشركات ذات إمكانية نمائية عظيمة.

وتمثلت هذه الألية فى إنشاء حاضنات الأعمال الجامعية لتكمل الهدف الذي تسعى إليه مبادرة التميز فى ألمانيا ،فقد تم تصميم حاضنات الأعمال لتطوير منتجات إبداعيـة جديـدة وخدمات المبيعات المحلية والدولية ، من خلال التعاون مع الجامعات والمراكز التكنولوجيـة فهي تساعد علي نقل التكنولوجيا بطريقة مباشرة من الأعمال لتطوير وتسويق المنتجات مـن النظرية إلي العملية . فمراكز التكنولوجيا كأنواع خاصة من حاضنات الأعمال لتوليد مدخلات

إبداعية جديدة للتنمية التكنولوجية . و حاضنات الأعمال في ألمانيا أدوات للتنمية الاقتصادية بالتركيز علي وظائف الأعمال المختلفة والتي تهدف الى التعاون مع الشركاء من مختلف المؤسسات العلمية والاقتصاد لمحاكاة عمليات الإبداع . و في معظم الجامعات الألمانية كل المقررات تنطلي عليها سمات تعليم تأسيس الأعمال.

التجربة الماليزية :

قامت الحكومة بتأسيس قاعدة ممتدة لشبكة المعلومات في المؤسسات الجامعية وإمدادها بموارد المعرفة والبنية التحتية الأساسية في هذا الصدد.وتدعم الحكومة جهود الأبحاث العلمية في الجامعات بواسطة مؤسسة تطوير التقنية الماليزية، وهي تشجع الروابط بين الشركات والباحثين والمؤسسات المالية والتقنيين من أجل استخدام أنشطة البحث الجامعية لأغراض تجارية.وهناك العديد من مراكز التقنية التي تهدف إلى إيجاد قنوات تعاون بين الأعمال العلمية والمصانع بقصد تطبيقات المصانع في هذا الصدد بين الأكاديميين في الجامعات والمصانع وتوفير الموارد الضرورية لإنجاز أعمال بحثية تطبيقية.ويلعب المجلس القومي للبحوث العلمية والتطوير دورًا في رعاية المؤسسات البحثية وتقوية العلاقة بين مراكز البحوث والجامعات من أجل البحوث والتنمية والقطاع الخاص، وتشارك الدولة مع مؤسسات محلية وخارجية في أعمال البحوث التطويرية والموجهة للصناعة، وإيجاد مراكز الامتياز ومؤسسات التفكير المتخصصة في الاقتصاد والسياسة والدراسات الإستراتيجية والتقنية.

ومع بداية الألفية الجديدة بدأت ماليزيا فى خصخصة Ccorporatization الجامعات الحكومية.و بعض الجامعات أنشأت جسورا من الشراكة مع منظمات خارجية لإنشاء مراكز لاحتضان الأعمال.و هذه حاضنات الجامعية الاستثمارية تقوم بدور الذراع التجارية التى تبنى جسور الشراكة بين المجتمع الأكاديمي والقطاع التجاري.و فى السنوات الأخيرة حولت بعض الجامعات الماليزية نشاطها إلى البرامج التجارية او التكنولوجية لرعاية المشروعات الناشئة من خلال المزاوجة بين الخبرات والتجارب الصناعية والأكاديمية.

التجربة المصرية

واقع الحاضنات التكنولوجية في مصر :

لعب الصندوق الاجتماعي منذ إنشائه عام ١٩٩١م دورا رائدا في مجال التنمية في مصر وقد صمم الصندوق في بداية الأمر ليعمل كشبكة للأمان الاجتماعي مرتبطة بقيام الحكومة المصرية بتنفيذ برنامج الإصلاح الاقتصادي والتكيف الهيكلي ولذا كان إنشاء الصندوق أمرا ضروريا لإنجاح هذا البرنامج. وباعتبار الصندوق من المؤسسات الرائدة في مجال التمكين الاقتصادي وتوفير الموارد البشرية التي تتمتع بكفاءة عالية والبيئة الملائمة للتنمية البشرية نجح في أن يتحول إلى مؤسسة تنموية متكاملة ذات توجه جديد تضطلع بالعديد من المهام منها: خلق الآليات التي من شأنها استيعاب مردود العولمة، وتعبئة الجهود للتخفيف من مخاطر العزلة الاجتماعية، والمساعدة على التخفيف من حدة الفقر ومواجهة البطالة. ومن هنا يقوم الصندوق بخلق المزيد من فرص العمل لأصحاب المشروعات الصغيرة الجديدة ويوفر لهم الحزم الائتمانية والمساعدة الفنية ويعمل على إكسابهم المهارات المطلوبة للنجاح وإمدادهم بالمعرفة التكنولوجية سواء كانت مصرية أو دولية .

واقع المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مصر

تمثل المشروعات الصغيرة والمتوسطة مكانة هامة في النشاط الاقتصادي في مصر حيث تزيد نسبة مساهمتها عن ٨٠% من اجمالي القيمة المضافة في الاقتصاد القومي. وبالرغم من ذلك فان قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة يعاني من معوقات عدة تحول دون زيادة قدرتها التنافسية واندماجها في الاقتصاد الرسمي، ومن اهم تلك المعوقات :

١- معوقات تمويلية وسياسات التخارج Exit Strategy حيث تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة صعوبة بالغة في الحصول علي التمويل اللازم لبدء نشاطها أو التوسع فيه .

٢- معوقات فن الادارة والتسويق تعتبر محدودية الخبرات الفنية للقائمين علي ادارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة وعدم قيام الادارة علي اسس علمية أو مدروسة احد أهم معوقات نمو هذا القطاع في مصر.

٣- معوقات تنظيمية : بصفة عامة فان الاجراءات اللازمة لإنشاء وتشغيل الأعمال في مصر تتسم بالبيروقراطية والتشعب وخصوصا مع تعدد الجهات المسئولة عن الرقابة.

ولذا انطلقت تجربة حاضنات المشروعات الصغيرة فى مصر من الاطار العام لعمليات التنمية الشاملة والإصلاح الاقتصادي التي بدأتها مصر منذ بداية عقد التسعينيات من أجل مواجهة المشكلات المترتبة على تطبيق سياسات التحول الاقتصادي والتغيرات في طبيعة النظام الاقتصادي العالمي الجديد، والتي نتج عنها ارتفاع البطالة وخاصة لدى الشباب المتعلم من ناحية، وغياب آليات تقديم التمويل والمعونة الفنية للمشروعات الصغيرة، بالإضافة إلى أن إدارة قطاعات الأعمال باقتصاديات السوق تؤدي إلى نتيجة حتمية، وهي توافر عمالة ووحدات إنتاجية زائدة. ومن أجل التغلب على هذه الصعوبات فإن حاضنات الأعمال قد تعتبر الآلية المناسبة لمساعدة المشروعات الصغيرة الجديدة والقائمة، والتي تساهم في خلق فرص عمل جديدة، وخاصة تلك المشروعات التي تعتمد على استخدام الأفكار التكنولوجية الجديدة، حيث غياب آليات الاستفادة من الأبحاث ذات الجدوى الاقتصادية.

مهام وأهداف الحاضنات في مصر :

- توفير الدعم للمشروعات داخل وخارج الحاضنة.
- تشجيع روح المبادرة ومساعدة المشروعات الصغيرة في مواجهة المعوقات التي قد تواجههم في مرحلة البدء.
- تنمية المهارات العملية والإدارية للمبادرين.
- مساندة المشروعات في بداية إنشاءها وحتى الوصول إلى مرحلة الاستقرار والاعتماد على الذات.
- مساعدة المبادرين في استخراج التراخيص اللازمة للبدء في النشاط.
- المساعدة على تحقيق نسب تنمية عالية للمشروعات من خلال المساعدات والخدمات المقدمة من الحاضنة.
- خلق فرص عمل جديدة (دائمة / غير دائمة ومباشرة / غير مباشرة).

- خلق قنوات اتصال بين المشروعات الملتحقة بالحاضنة والمجتمعات الصناعية المحيطة لتنمية مهاراتهم وخلق أسواق لمنتجاتهم (صناعات مغذية).
- تطويع الأفكار القائمة على التكنولوجيا والأبحاث لتحويلها منتجات قابلة للتسويق.
- تقديم حزمة متكاملة من الخدمات مثل (قياس الجودة ، المواصفات ، قاعدة بيانات فنية وتجارية) .

الجمعية المصرية لحاضنات الأعمال :

تعود بداية تجربة مصر في مجال الحاضنات إلى بداية تأسيس وإشهار الجمعية المصرية لحاضنات المشروعات الصغيرة و هي من مؤسسات المجتمع المدني المصري غير الحكومية ، على غرار التجربة الأمريكية ، وتم إشهار الجمعية في يوليو عام ١٩٩٥م بهدف دعم ومساندة رواد الأعمال والمشروعات الصغيرة في تصميم وتنفيذ آليات تسمح بتقديم كافة الخدمات الاستشارية والفنية والإدارية التمويلية والتسويقية لرواد الأعمال ومشروعاتهم، وذلك من أجل خلق وتوفير مناخ مناسب لنمو المشروعات الصغيرة. هذا وتقوم الجمعية المصرية لحاضنات الأعمال بإقامة وتأهيل وإدارة حاضنات الأعمال المختلفة في مصر.

البرامج وآلية التنفيذ :

وضعت الجمعية المصرية لحاضنات الأعمال أسس خطة إستراتيجية لإقامة ٢١ حاضنة أعمال وتجمعات ذات وحدات دعم تكنولوجي وعلمي وصناعي تغطي كافة أنحاء جمهورية مصر العربية، وذلك من خلال تمويل الصندوق الاجتماعي للتنمية. ولقد قام الصندوق الاجتماعي للتنمية بتمويل إقامة وإدارة اثني عشر من حاضنة للأعمال والتجمعات العلمية والتكنولوجية والصناعية تغطي بعض محافظات جمهورية مصر العربية حتى نهاية يوليو ٢٠٠١ تاريخ بدء العمل في الحاضنات التالية : ١. حاضنة أعمال تلا ــ المنوفية، ٢. حاضنة المشروعات التكنولوجية بالتبين ــ القاهرة، ٣. حاضنة الأعمال والتكنولوجيا ــ أسيوط، حاضنة المشروعات الصغيرة بالمنصورة، ٥. حاضنة المشروعات التكنولوجية بجامعة المنصورة، ٦. حاضنة الدويقة المفتوحة ــ القاهرة، ٧. حاضنة السلام المفتوحة ــ القاهرة. كذلك يجري العمل منذ نهاية عام ٢٠٠٣ في إنهاء الإنشاءات في كل من الحاضنات الآتية :

١. حاضنة المشروعات والتكنولوجيا في مدينة بنها بمحافظة القليوبية. ٢ .حاضنة تكنولوجيا المعلومات ــ مدينة مبارك للأبحاث العلمية ــ محافظة الإسكندرية. ٣ .الحاضنة البيوتكنولوجية ــ مدينة مبارك للأبحاث العلمية ــ محافظة الإسكندرية. ٤ .حاضنة الأعمال والتكنولوجيا ــ محافظة أسوان. ٥. حاضنة الأعمال حي الكوثر ــ محافظة سوهاج.

إدارة الحاضنة في النموذج المصري :

توجد ثلاثة مستويات تنفيذية واستشارية لتسيير أعمال الحاضنة، بالإضافة إلى إشراف الجمعية المصرية لحاضنات على هذه الإدارة، وهي كالتالي :

- مجلس إدارة : ويتشكل من مجموعة من أصحاب الخبرات الطويلة في مجال الصناعة والبحث العلمي ورجال الأعمال وخبراء الاستثمار.
- لجنة تسيير : تهدف إلي تقديم أقصى دعم ومساعدة ممكنة للحاضنة وعملائها من الشركات، حيث تضم أعضاء ذوي خبرات مثل المنسقين العلميين والصناعيين وبعض المسؤولين ورجال الأعمال وخبراء مساعدة المشروعات الصغيرة وخبراء الاستثمار.
- إدارة الحاضنة : وهي التي يؤول إليها الإدارة الفعلية للموقع وتسيير شؤون الحاضنة، ومقابلة واختيار أصحاب الأفكار والمشروعات المتقدمة. هذا بالإضافة إلى عدد من الاستشاريين يتم اختيارهم والتعاقد معهم بالاتفاق، ووفقاً لاحتياجات المشروعات الملتحقة بالحاضنة وتتكون من : مدير، مساعد إداري محاسب، سكرتارية، بالإضافة إلى عدد من الاستشاريين يتم اختيارهم والتعاقد معهم وفقاً لاحتياجات المشروعات المحتضنة .

تمويل الحاضنات المصرية :

جميع الحاضنات المصرية التي تتبع الجمعية المصرية لحاضنات الأعمال يتم تمويلها عن طريق الصندوق الاجتماعي المصري للتنمية، حيث يقوم الصندوق بتمويل إقامة وتأهيل الحاضنات، من مباني وأجهزة ومعدات بالإضافة إلى تكاليف تشغيل هذه الحاضنات، وتغطية العجز في الإيرادات حتى تصل الحاضنة لمرحلة الاعتماد على الذات. هذا التمويل بالإضافة إلى قيام الصندوق بتوفير التمويل والقروض اللازمة لرواد الأعمال والمبادرين الراغبين في الالتحاق بالحاضنات المختلفة بشكل مبسط عن باقي المتقدمين للحصول على قروض من

الصندوق، وبالنظر إلى النوع الثاني من الحاضنات التي تقيمها وزارة الاتصالات، فإن تمويل الحاضنات المصرية يتم من خلال الآتي :

- التمويل الكامل عن طريق الصندوق الاجتماعي للتنمية حتى الوصول إلى مرحلة الاعتماد على الذات.
- التمويل من خلال رأس مال مخاطر (من خلال شركة جزء منها مملوك للدولة والآخر لمستثمرين في القطاع الخاص).

نموذج الحاضنة التكنولوجية بالتبين

بدأت الجمعية المصرية لحاضنات المشروعات الصغيرة تأسيس اول حاضنة مشروعات تكنولوجية بالتبين حاضنة المشروعات التكنولوجية بالتبين هي أول حاضنة تكنولوجية تقام في مصر، حيث تمثل الحاضنة جزءاً من منظومة تكنولوجية متكاملة تتضمن مؤسسة بحثية تطبيقية هي معهد التبين للدراسات المعدنية، في المنطقة الصناعية بالتبين، ٣٠ كم جنوب القاهرة. والمعروف أن المنطقة الصناعية بالتبين وحلوان تمثل أكبر قاعدة صناعية في محافظة القاهرة متمثلة في عدد ونوعية المصانع ومراكز البحوث في مجالات علوم المواد، بالإضافة إلى جامعة حلوان. تم توقيع عقد مشروع الحاضنة بتاريخ الأول من يوليو عام ١٩٩٨ بين ثلاثة أطراف هي :

- الصندوق الاجتماعي للتنمية كجهة تمويل.
- معهد التبين للدراسات المعدنية كجهة مانحة لموقع الحاضنة .
- الجمعية المصرية لحاضنات الأعمال كجهة مسؤولة عن إنشاء وتشغيل الحاضنة.

الجدير بالذكر ان حاضنة التبين التكنولوجية تعمل فى مشروعات ذات محتوى تكنولوجى منها مشروع تطوير وتصميم وإنتاج للتطبيقات الصناعية ومشروع دلتا النيل للبرمجيات الذى يعمل فى مجال تطوير وتصنيع وإنتاج الأجهزة والبرمجيات الطبية اما الحاضنة التكنولوجية بجامعة المنصورة فيعمل بها ثلاثة مشاريع وهى :مشروع الوسائط التعليمية ومشروع كروت ماكينات التريكو ومشروع السخانات الشمسية.

الخدمات الأساسية التي تقدمها الحاضنة :

تقدم حاضنة التبين التكنولوجية حزمة متكاملة من الخدمات التي ترتبط مباشرة بالصعوبات والعقبات التي تواجه المؤسسات الصغيرة في مرحلة الانطلاق وذلك من خلال تقديم الدعم الإداري والمالي والدعم التسويقي داخل الحاضنة وعمل دراسات الجدوى المجانية وتوفير التدريب الفني علي الآلات للعاملين والتدريب المالي والتمويل والتدريب التسويقي والمزيج التسويقي (الإنتاج والتسويق والتسعير والإعلان والترويج والتوزيع وكيفية دراسة العرض والطلب و بحوث التسويق علي المنتج وكذلك التدريب لعمل خطة المشروع للبدء والتنفيذ والنجاح وهذه الخدمات في حقيقة الأمر جزء من الخدمات التي تقدمها حاضنات الأعمال فى مصر ويمكن تقسيم الخدمات التي تؤديها الحاضنات لمشروعاتها في مصر على سبيل المثال إلى:

- خدمات إدارية: خطة عمل، تدريب مهارات إدارية ، أعمال سكرتارية، خدمات إنترنت، خدمات فاكس وكمبيوتر .. .
- خدمات معلوماتية : توفر المراكز قاعدة بيانات متكاملة عن المشروعات الصغيرة تتضمن نماذج من دراسات الجدوى الاقتصادية ونماذج لمشروعات قابلة للتنفيذ وتتفق مع متطلبات السوق.
- خدمات استشارية متخصصة : توفر المراكز الاستشارات فى المجالات المختلفة من خلال الاستعانة بمراكز الأبحاث والوحدات الخاصة بالكليات والمكاتب الاستشارية المتخصصة.
- خدمات إعداد الندوات : تنظم المراكز ندوات أسبوعية لإرساء ثقافة العمل الحر لدى الشباب.
- خدمات تنظيم دورات متخصصة لمجالات الأعمال: وتتضمن الدورات إدارة المشروع والإدارة المالية ومهارات الاتصال والتفاوض وضبط الجودة والتسويق والتجارة الإلكترونية وتطبيقات الكومبيوتر واستخدامات الإنترنت .
- خدمات مالية: قروض الصندوق الاجتماعي ، دراسات الجدوى، مستندات مالية، ...
- القرض الدوار: آلية جديدة من آليات الصندوق داخل برنامج حاضنات الصندوق بهدف مساعدة أصحاب المشروعات القائمة في تمويل دورة رأس المال العامل لمشروعاتهم وخاصة الذين لديهم تعاقدات وأوامر توريد تحتاج تمويل فوري.

تحديد الفجوة في التجربة المصرية في ضوء المعايير المحددة لدول القياس المقارن بالأفضل:

المستقرئ لواقع الحاضنات التكنولوجية في مصر يجد ان :

نموذج الحاضنة التكنولوجية بالتبين والذي يتبع معهد التبين للدارسات المعدنية يعتبر نموذجا ناجحاً لفكرة الحاضنات التكنولوجية في مصر لا يتكرر كثيرا بسبب عدم وجود تمويل. وعلى الرغم من إن أكاديمية البحث العلمي (هيئة حكومية) تتلقى عشرات الأفكار والابتكارات التي يتوصل إليها شباب المخترعين المصريين، لكن كل ما تملكه لمساعدة هؤلاء المخترعين أن تزودهم ببعض المعلومات والخبرات المتاحة حول موضوع اختراعهم؛ لأنها جهة بحثية أكاديمية وليست جهة تمويلية. و على الرغم من أن الجمعية المصرية لحاضنات المشروعات (جمعية أهلية) التي تأسست في منتصف التسعينيات حاولت المساهمة في حل أزمة التمويل ودعم فكرة الحاضنات.

ورغم هذه التجربة الناجحة فإن خبراء في هذا المجال يرون أن فكرة الحاضنات تنمو ببطء في مصر . فحاضنة المشروعات لم تأخذ العناية الكافية من القائمين على الأوضاع الاقتصادية مع أنها النواة التي تنطلق منها العملية التنموية بمفهومها الشامل؛ فكل مؤسسة إنتاجية كبرى من واجبها احتضان المبدعين وصغار الموهوبين.

كما أن البنوك ومؤسسات التمويل المصرية يجب أن تنتبه لهذه القضية وتغير من آلية تعاملها مع أصحاب المشروعات الصغيرة، وتقع على عاتق هذه المؤسسات مسئولية مراعاة ظروف شباب الخريجين الراغبين في دخول سوق العمل والإنتاج . وأهم ما يلاحظ على التجربة المصرية في مجال الحاضنات التكنولوجية للمشروعات الصغيرة ضعف دور الجامعات ومراكز البحوث ومحدودية مشاركتها الفعالة والذي يعتبر من أهم مواطن الضعف في التجربة المصرية ويمكن تحديد الفجوة بين التجربة المصرية وتجارب الدول المقارنة باستخدام أسلوب التحليل الاستراتيجي على النحو التالي :

مواطن القوة :

- الدعم الكامل للصندوق الاجتماعي للتنمية.

- تنمية القدرات التنافسية للمشروعات الصغيرة.

مواطن الضعف :

- قلة عدد الحاضنات التكنولوجية بالجامعات المصرية .
- تسويق المنتجات يعتبر من اهم المشكلات التي تواجه عمل الحاضنات التكنولوجية مما قد يترتب علي التعثر في سداد القروض الممنوحة.
- ضعف دور الجامعات ومراكز البحوث ومحدودية مشاركتها الفعالة
- غياب التشريعات التي تُنظم عمل الحاضنات
- نقص شبكات الاتصال بين التعليم وسوق العمل.
- الثقافة السائدة أن العمل في الدولة يوفر ضمان للوظيفة.
- غياب مفهوم الأعمال ضمن المناهج التعليمية للجامعات.
- فقدان الصلة بين الجامعات ومراكز الأبحاث وقطاع الأعمال.
- غياب رأس المال المبادر.
- عدم تسويق نتائج البحوث العلمية.
- ضعف دور الهيئات الداعمة ماليا لنشاطي الابتكار والاختراع (بنوك،مؤسسات ،شركات راس المال المخاطر........)
- ضعف مشاركة القطاع الخاص فى عمليات التمويل .
- الضعف الاعلامى لدور الحاضنات التكنولوجية والأنشطة المختلفة التي يمكن أن تقدمها.
- عدم وجود إدارة متخصصة لإدارة الحاضنات التكنولوجية

التهديدات :

- تقليص دور القطاع الخاص.
- البيروقراطية .
- التركيز على إعادة البيع بدلاً من الإنتاج.

الفرص :

- خلق فرص عمل جديدة لخريجي الجامعات
- تقليص معدل البطالة .
- الاستثمار في نتائج البحوث العلمية.

- دعم التعاون والشراكة بين الجامعة وقطاع الأعمال وربط التعليم والتدريب بسوق العمل.
- زيادة المعرفة التنافسية للاقتصاد القومي.
- الاستفادة من الخبرات والإمكانات المتاحة فى الجامعات والمراكز البحثية لدعم أنشطة الحاضنات التكنولوجية.
- إثراء ثقافة الريادة والإبداع والابتكار.
- تقليل المخاطر المتعلقة بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة.

النموذج المقترح

حتى يتحقق هدف قيادة ثقافة التغيير وفق المتطلبات التي حددها مايكل فولان نحو التوجه الجامعي للحاضنات التكنولوجية في مصر لدعم التنمية المستدامة في المجتمع وتعزيز العلاقة بين الجامعة وقطاع الأعمال فلا بد من توافر العوامل التالية :

- **الإدارة الفعالة للحاضنة لتحقيق الهدف الاخلاقى Morale Purpose:**

يؤدي مدير الحاضنة دورا أساسيا في نجاح الحاضنة التكنولوجية؛ حيث يجب أن تتوفر فيه بعض المهارات بمجال تخطيط الأعمال والإدارة والتسويق والمحاسبة، بالإضافة إلى الوقت الذي يستطيع أن يقضيه مع المشروعات المنتسبة بداخل الحاضنة، ويحتاج المدير قبل كل شيء إلى القدرة العملية على العمل مع القائمين على المشروعات وتحليل نقاط القوة والضعف في كل منشأة، ويتمكن من اكتشاف المشاكل قبل أن تتبلور، بالإضافة إلى معاونة الشركات في إعداد خطط المشاريع وإعداد التقرير عنها بصفة دورية.

- **دعم المجتمع وفهم التغيير Uunderstanding of Change:**

نظراً لأن معظم المنشآت المتخرجة في الحاضنة التكنولوجية تتخذ مقراً لها في نفس المنطقة المحلية؛ لذلك فمن المهم أن تكسب الحاضنات الدعم المعنوي والعلاقات التجارية للسكان المحليين. وقد يأتي الدعم من المحافظة أو من الجامعات أو الشركات الكبيرة، وعندما يتضح أن الحاضنة تمثل انعكاسا لأهداف المجتمع ولها ميزة إيجابية للتنمية الاقتصادية؛ فإنها ستتمكن عندئذ من اجتذاب دعم له قاعدة أوسع انطلاقاً.

- بناء ونشر المعرفة حول انتقاء مشروعات الحاضنة **Knowledge Sharing:**

كلما كانت هناك معرفة بمعايير الاختيار وكلما كانت معايير الاختيار واضحة ومحددة زادت فرص اجتذاب أفكار تمتلك القدرة على النجاح. وتتباين هذه المعايير؛ فيمكن أن تتضمن امتلاك القدرة على النمو السريع وأن تكون متعلقة بتقنيات متقدمة، وأن تقدم خطة عمل تفصيلية ومحددة، وأن تكون لدى صاحب المشروع المتقدم فكرة مبتكرة أو اختراع... .

- بناء العلاقات للحصول على التمويل **Building Relationship:**

المتقدمون عادة للانتساب للحاضنة بحاجة إلى التمويل ومعرفة بدائله المختلفة. وبمقدور الحاضنة التكنولوجية من خلال العلاقات التي تقيمها أن تجمع معلومات جيدة عن مختلف مصادر وأنواع التمويل البنكي أو المؤسسي والمنح وصناديق القروض المختلفة وكبار المستثمرين، وبلورة متطلبات المنتسبين، والعمل كحلقة وصل بين منتسبيها والممولين والمستثمرين الكبار.

- التقييم والتحسين المستمر لصنع التجانس**Making Coherence:**

الحاضنات بحاجة إلى تقييم عملياتها وأدائها على نحو منتظم لتحقيق التجانس بين أعضائها وبين أعضاء المجتمع المحلى الذي تتعامل معه الحاضنة ، ولا يشمل ذلك مجرد مراقبة الأداء من حيث نمو المنشآت المنتسبة فحسب، ولكن يشمل أيضا نمو وتطور الشركات بعد تخرجها من الحاضنة.. ومثل هذه المعلومات تفيد الحاضنة في تخطيط وتقديم خدماتها.. والأهم من ذلك تسويق نفسها واجتذاب مشروعات ذات نوعية واعدة ومتوقع نموها بصورة غير تقليدية ويتطلب ذلك طرح التوجه نحو تعليم تأسيس الأعمال(الريادة) بالجامعات المصرية تبنى نماذج تنظيمية جديدة للتأكيد على بعدين لتعليم وتأهيل رجال الأعمال في مصر:

البعد الأول ينتمي للمجال الأكاديمي ويعرف بأنه تدريس المواد النظرية الموجهة نحو التطبيق العملي ، علي سبيل المثال خطط الأعمال ، الشبكات ، التمويل وهكذا .

أما البعد الثاني فهو تقديم الخبرات العملية لرجال الأعمال المحتملين ودعم المشروعات الصغيرة . ويمكن دمج البعدين وتقديمهما من خلال الجامعة .هذا بالإضافة إلى إدخال هيكلة

المقررات التعليمية في جميع الكليات والمعاهد على ان تدرس للطالب المعنى الحقيقي للمشروعات الصغيرة – وبهذا يتكون أكبر عدد من المستثمرين الصغار في المجتمع المصري Entrepreneurs.

ويعرف هذا النموذج بالنموذج التكاملي المنبثق من الحرم الجامعي ويهدف إلى إحداث التكامل بين البعدين سابقي الذكر و تقديم التعليم الإضافي والدعم التطبيقي لمؤسس المشروعات (الريادة) Entrepreneurs .و تقوم الجامعة في ظل هذا النموذج بتنظيم التدريس الأكاديمي ، التدريب العملي ، الإشراف ، الإرشاد ، توفير الموارد ... . كما تتحمل الجامعة المسئولية الرسمية عن كل هذه الجوانب و يتولي الإدارة أفراد ولجان من الجامعة .

المتطلبات الداعمة لنجاح الحاضنات في مصر :

أبرزت بعض الأدبيات ذات العلاقة بأسلوب حاضنات الأعمال والمشروعات في مصر ومنها ماجاء به رمضان السنوسي وعبد السلام الدويبى عام٢٠٠٣م ودراسة المجلس القومي للتعليم والبحث العلمي والتكنولوجيا عن الحاضنات التكنولوجية في دورته الثلاثين عام ٢٠٠٢ / ٢٠٠٣ م، الكثير من الخبرة والدروس المستفادة في مجال تطوير عمل الحاضنات التكنولوجية ودعم نشاطها ومساعدتها علي تحقيق مستهدفاتها ، ويمكن تتبع أهم الأبعاد التي وفرتها خبرة تأسيس وإدارة حاضنات الأعمال في مصر علي النحو التالي :

١- توفير دليل إرشادي معلوماتي يتضمن مؤشرات دقيقة لاحتياجات السوق المحلي والعربي والعالمي .

٢- تطوير توصيف محدد ومؤسس علي أسس صحيحة ودقيقة للمهارات والكفاءات ، التي ينبغي توفرها في الراغبين في الانضمام للحاضنات التكنولوجية للتأكد من قدرتهم علي ما هم مقبلين عليه من عمل ضمن المشروع الذي يجري احتضانه وإعطاء اهتمام عقلاني في اختيار مديري الحاضنات وذلك لأهمية دورهم في تحقيق أهداف الحاضنة واستدامة عطائها .

٣- تطوير أساليب التنسيق والتكامل بين مختلف المناطق والجهات المعنية بموضوع الحاضنات ، بشأن السعي لانتقاء المشروعات المبتكرة والتي لها طبيعة تقنية راقية ومقدرة محسوبة لزيادة القيمة المضافة ، وبرعاية الصندوق الاجتماعي للتنمية في مصر

٤- التوسع في أساليب تنمية الموارد البشرية العاملة بالحاضنات ، في إطار البرامج التدريبية والتأهيلية والمعلوماتية المتاحة محلياً وخارجياً ، مع التركيز علي أهمية التدريب والتأهيل أثناء العمل .

٥- العمل علي تطوير الكفاءة الذاتية للتمويل الذاتي للمشروعات المحتضنة في إطار المتاح من الجهات الاستثمارية والتعاون الدولي .

٦- تبني نظم متطورة في التقييم والمتابعة لمعدلات أداء الحاضنات في ضوء الأهداف المقررة .

٧- توسيع إمكانات الحاضنات في التواصل المعلوماتي وتشبيكها مع شبكات المعلومات ذات العلاقة والأهمية المرجعية .

٨- التأكيد علي ضرورة التزام الحاضنات بالمعايير والضوابط الموضوعة لقبول المشروعات بالحاضنة ، حتي لا يتم احتضان مشروعات لا تتوفر لها فرص النجاح أو غير مجدية اقتصادياً وفنياً وتسويقياً .

٩- التوسع في نشر الوعي بين الفئات المستهدفة من الشباب المقبلين علي سوق العمل بدور الحاضنات الاقتصادي والاجتماعي ، وفي توفير فرص العمل التي لها مردودها علي المبادرين والمجتمع ككل .

١٠- توفير التمويل اللازم عن طريق الدعم والمنح الحكومية بالإضافة إلى مصادر مؤسسية مستقرة لتوفير "رأس المال المخاطر".

١١- إقامة هيئة متخصصة في الإدارة تكون مهمتها إدارة الحاضنات التكنولوجية .

١٢-المساهمة في تسويق منتجات الحاضنات التكنولوجية فى مصر .

١٣-الاهتمام الاعلامى المصري بأنشطة الحاضنات التكنولوجية المختلفة

١٤-تفعيل دور وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بإدراج موضوع الحاضنات التكنولوجية كأحد الأولويات الرئيسية للتنمية التكنولوجية فى مصر.

محاور التصور المقترح لتفعيل دور حاضنات الأعمال التكنولوجية بالجامعات المصرية:

على ضوء الخبرات الأجنبية وعلى ضوء متطلبات قيادة ثقافة التغير نحو التوجه الجامعي لتأسيس ونشر ثقافة الأعمال(الريادة) بالجامعات المصرية وعلى ضوء المتطلبات اللازمة لدعم الحاضنات التكنولوجية في مصر على ضوء بعض الأدبيات التي تناولت مجال عمل الحاضنات التكنولوجية بالجامعات يتضمن التصور المقترح بتفعيل دور الحاضنات التكنولوجية بالجامعات المصرية ما يلي :

- **دعم ريادة الأعمال بالجامعات المصرية من خلال عمل الحاضنات التكنولوجية:**

الريادة – كما ذكرنا سابقاً- هي القدرة والإرادة على تحويل الأفكار والإبداعات الجديدة إلى ابتكار ناجح من خلال استغلال الموارد المتوافرة وهيكليات الشبكات والأعمال بالجامعات، ولذلك ينبغي أن تعمل الحاضنات التكنولوجية بالجامعات المصرية كوحدات للدعم العلمي والتكنولوجي لدعم ريادة الأعمال عن طريق الاستفادة من الأبحاث العلمية والابتكارات التكنولوجية، وتحويلها إلى مشروعات ناجحة ومن خلال الاعتماد على البنية الأساسية لهذه الجامعات من معامل وورش وأجهزة بحوث وأعضاء هيئة التدريس والباحثين والعاملين، والخبراء في مجالاتهم ومن خلال مساعدة أصحابها على إقامة مشروعات صغيرة ناجحة، وتساعدها على النجاح وتخفض التكاليف الثابتة، وبذلك فهي تشكل جسرا لنقل وتطوير التكنولوجيا من الجامعات ومراكز الأبحاث إلى قطاع الأعمال مرورا بمرحلة الاحتضان.

- **تحديد أهداف حاضنة الأعمال التكنولوجية بالجامعات المصرية تحديداً دقيقاً :**

يمكن أن تتضمن أهداف حاضنات الأعمال التكنولوجية بالجامعات المصرية تفعيل دور الجامعة في توفير البيئة الخصبة التي تحقق النمو والتطور للأفكار الجديدة وتتيح لها فرصة التطبيق وتسمح لها بالارتقاء داخل المجتمع من خلال نسجه التجاري وبطريقة أخرى يمكن القول بأن حاضنات الأعمال التكنولوجية الموجودة داخل الجامعات هي برنامج حاضنة الأعمال الذي يوفر البيئة الخصبة سواء للأفراد أو الأفكار الذين ينتمون للجامعة مسخرا الموارد البحثية والأكاديمية والمجتمعية لرعاية المشروعات ذات الأساس التكنولوجي و الرسالة العامة التي يمكن أن تتضمنها حاضنات الأعمال التكنولوجية في الجامعات المصرية تضم أربعة أهداف محورية :

١- اثراء البيئة الأكاديمية .
٢- التحول التكنولوجي .
٣- الترويج التجاري .
٤- التنمية الاقتصادية الإقليمية .

ويتفرع من هذه الاهداف المحورية ما يلى:

- مساعدة الشباب من خريجي الجامعات والمعاهد العليا على إقامة مؤسساتهم ومشاريعهم الخاصة.
- مساعدة الباحثين الشباب على الاستفادة من نتائج الأبحاث التي ينفذونها (مشاريع تخرج) من مرحلة العمل ألمخبري إلى مرحلة التطبيق العملي بهدف الإنتاج التجاري .
- مساعدة رواد الأعمال على إنشاء الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم في مراحل الإقلاع (خرج الحاضنة) .
- ربط المؤسسات المختصة بالقطاعات الصناعية والتجارية محلياً وربما في الدول الصناعية المتقدمة.
- المساهمة في توطين التكنولوجيا المستوردة والمساعدة في نقل التكنولوجيا من الدول المتطورة تكنولوجيا وتعزيز استخداماتها وتطبيقاتها في المجتمع المحلي بما يخدم عملية البناء الاقتصادي.

- **تحديد نمط حاضنات الأعمال التكنولوجية بالجامعات المصرية :**

الجامعات المصرية الحكومية وفقا لما تخضع له من لوائح تكون أكثر عرضة للقيود المتعلقة بشئون العاملين والإدارة والتدقيق المالي . ويختلف الأمر بالنسبة للجامعات الخاصة التي تتسم بمزيد من المرونة. ولذا يمكن القول بان الجامعات المصرية يمكن أن تتبنى أنماط مختلفة للحاضنات لتحرر أنشطتها من القيود اللائحية. فحتى الآن يمكن القول بأن الحكومة المصرية نادرا ما تنظر إلى الجامعات باعتبارها أصول أساسية للتنمية الاقتصادية وذلك إذا استبعدنا النظر إلى الدور التاريخي للجامعة في مجالات إعداد القوى العاملة والبحث العلمي والتعليم. إلا أن إدراك مبدأ "اقتصاد المعرفة" الذي حقق نمواً سريعاً في الآونة الأخيرة هو ما

جذب انتباه صانعي السياسات نحو إعادة التفكير في دور الجامعات في بناء الاقتصاد الاقليمى والوطني و في هذا المضمار يتم التركيز على التوجهات التالية :

- المعرفة والتكنولوجيا الحديثة تؤديان إلى خلق اقتصاد عالمي جديد .
- علوم الجامعة والمعرفة الحديثة تشاركان على نحو متزايد في هذا الاقتصاد العالمي الجديد
- التحول التكنولوجي الصناعي للجامعة يؤدى إلى خلق صناعات ومنتجات جديدة .

ونظرا لقلة حجم التمويل الحكومي أصبح لزاماً على بعض الجامعات المصرية ان تسعى سعياً حثيثا وراء تحقيق المزيد من التعاون الصناعي والتحول التكنولوجي بغية الحصول على المزيد من الأموال لدعم عملياتها. فلقد كان لمفهوم جامعة الأعمال تأثيره على الرسالة التقليدية للجامعة والتي تركز على البحث العلمي والتعليم ولذلك ينبغي إنشاء الحاضنات التكنولوجية داخل الجامعات المصرية حتى يستفيد منتسبوا هذه الحاضنات من الأساتذة والتجهيزات المتوافرة لدى الجامعة و.يشرف على إدارتها مجلس إدارة ومدير يساعده في مهامه سكرتير أو مساعد إداري، بالإضافة إلى وجود لجنة لاختيار المشاريع التي تلتحق بالحاضنة، ويمكن أن تتبنى الجامعات المصرية أحد الأنماط التالية لحاضنات الأعمال التكنولوجية :

أ- نمط حاضنات الأعمال غير الهادفة للربح :

يعد هذا النمط الأكثر شيوعاً بين الحاضنات التي أنشأتها معظم الجامعات الحكومية وتجمع هذه الحاضنات بين الأعمال المربحة والموارد الحكومية والأكاديمية لحفز نمو أعمال الشركات ذات الأساس التكنولوجي خاصة التي تعمل في مجالات الهندسة والتكنولوجيا الحيوية و تقوم الجامعة بتوفير المساحة والمباني وجزء من رأس المال التأسيسي ويقوم الشركاء المؤسسون بزيادته و مدير الحاضنة شخص متفرغ لديه الخبرة الكافية في مجال الأعمال وتنمية المشروعات. على الرغم من أن الحضانة تعد كيانا مستقلا إلا أن مدير الحضانة يجب أن يورد تقاريره لأحد أعضاء الجامعة البارزين الذى تخول له سلطة مراقبة أداء الحضانة. أما مجلس أدارة الحضانة فيتكون عادة من ممثلين عن الحكومة ، والجامعة ، وممثلين عن الكيانات المجتمعية الأخرى ذات الصلة .ونظرا لأن هذا النوع من الحاضنات غير هادف للربح عادة ما تكون القيمة الأيجارية أقل من المعدلات المتعارف عليها في المنطقة المحيطة و مصدر الميزانية السنوية لهذه الحاضنات هو الإيجارات ، الخدمات ،

الأسهم، الهبات الملكية، والمخصصات التي تقدمها الحكومة أو الجامعة.و نظـرا لأن هـذه الحاضنات تحقق الاكتفاء الذاتي ماليا فان المكاسب السنوية يتم إعادتها للجامعة أو فى بعـض المناطق– يتم تجميعها لتمويل ورعاية الشركات الناشئة.و برنامج الحاضنات غيـر الهادفـة للربح يعد برنامجا للشراكة الإستراتيجية بين قطاعات الصناعة المحلية،الحكومـة،والجامعـة ولذا فقد أثبت هذا النوع من حاضنات نجاحه عالميا .

ب- نمط حاضنات المشروع :

وفى هذا النمط من الحاضنات تقوم الجامعات بإنشاء برامج حاضنات الأعمال لرعاية المشروعات الناشئة وذلك انطلاقاً من مبادرة وترويج إدارة المشروعات الصغرى والمتوسطة الا أنه بسبب حداثة مفهوم حاضنات قطاع الأعمال على المجتمع الجامعي ما زالـت جميـع الحاضنات تعمل كمشروعات تعتمد على المنح المقدمة من هذه الإدارة .

- **تقيم الأداء بصورة مستمرة لتحرى نجاح الحاضنات التكنولوجية في مصر :**

يتمركز مفهوم الأداء المنظمى على تحرى نجاح الحاضنة و هناك عدد قليل جداً مـن الأدبيات التي يمكن الاعتماد عليها كأساس لتقييم أداء الحاضـنات التكنولوجيـة الجامعيـة و يفترض أن الإطار المفاهيمى لتقييم الاداء يتكون من منظور نظامي كلـى يضـم العناصـر الرئيسية الأربعة لمداخل تقييم فاعلية البرنامج وهى: الهدف، مورد النظام، المنتفعين، ومداخل العمليات الداخلية ومعيار الفاعلية لتقييم أداء الحاضنات التكنولوجية الجامعيـة يقـوم علـى أساس ثلاث مجموعات من المتغيرات كما يلي:

١- ناتج الأداء باستخدام أربع فئات .

- استمرارية البرنامج ونموه .
- بقاء الشركة الناشئة ونموها .
- المؤثرات المرتبطة بالمجتمع .
- الاسهام المحقق بالنسبة للجامعة الراعية من حيث مردود الفائدة .

٢- سياسات الادارة ومدى فاعليتها – بتحرى اربعة عناصر أساسية :

- الأهداف ،البنية التنظيمية والإدارة .

- التمويل ورأس المال .
- السوق المستهدفة .
- موارد الدعم التابعة للجامعة .

٣- الخدمات وقيمتها المضافة – بمراجعة صيغتين:

- الخدمات المكتبية المشتركة وتشمل المساحة المستأجرة وغيرها من خدمات الدعم المقدمة من قطاع الأعمال
- الخدمات المقدمة من الجامعة وتشمل الطلاب الموظفين ،الاستشاريين من أعضاء هيئة التدريس، الانتفاع بالمعامل، وتحويل الخدمات التكنولوجية، والترويج التجاري عن طريق التكنولوجيا .... الخ.

وبالنظر إلى هذه المؤشرات يمكن القول انه يمكن تطبيقها في تقييم كافة أنماط الحاضنات فيما عدا المؤشر الأخير من كل مجموعة والذي لا يمكن تطبيقه إلا على حاضنات الجامعات فقط.

- **يجب أن يكون الاستثمار من بين وظائف حاضنة الأعمال بالجامعة :**

يبدو جليا أن معدلات نجاح المشروعات الناشئة التي تعمل تحت مظلة الحاضنات الواعية تكون أعلى من معدلات نجاح المشروعات الناشئة الخارجية.و العديد من أصحاب رأس المال يسعون وراء هذه المشروعات كمجال للاستثمار بعيد المدى.و الإستراتيجية الحالية التي تعمل بها الحاضنات التكنولوجية الجامعية هي أن تكون حلقة الوصل بين رأس المال والمشروع الناشئ وبالتالي فأن أي أرباح مستقبلية ستعود بشكل مباشر على المستثمر والمشروع والجامعة ،الأمر الذي يتطلب اعتبار وظيفة الاستثمار من بين وظائف حاضنة الأعمال الجامعية و بطريقة أخرى حاضنة الأعمال التكنولوجية بالجامعة يجب أن تجمع بين ميزة الحاضنة الخاصة وبين اعتبار القيمة المضافة لأعمال الاستثمار.

- **تقوية الروابط بين الحاضنة التكنولوجية الجامعية وبين الشركات الناشئة :**

يمكن الانتهاء إلى أن نقاط الضعف التي تكتنف حاضنات الأعمال التكنولوجية بالجامعات المصرية في وضعها الحالي والتي تتبلور في النقاط التالية :

- مديرو الحاضنات لا يتمتعون بخبرة كافية في مجال أدارة الأعمال.
- حاضنات المشروع ليس لديها مصدر للتمويل تنفق منه أثناء الأزمات.
- لا يمكن التعامل مع الحاضنات باعتبارها برنامج للتعاون بين الجامعة والقطاع الصناعي.
- النظام الرقابي التابع للجامعة لا يتابع الشركات الناشئة عن قرب وذلك بسبب انعدام الدافع.
- الحاضنة ذاتها ليس لديها إستراتيجية جيدة التخطيط للإدارة المستدامة.
- الربح الذي تحققه الحاضنة ويعود للجامعة قيمته محدودة،وتكاد تكون غائبة تماما.

إن المهرب الوحيد من هذه العوائق يتمثل في تكوين روابط قوية بين الحاضنة التكنولوجية الجامعية والشركات الناشئة.

- **الاستفادة من موارد الجامعة وان تعود على الجامعة بأرباح قيمة :**

إن الشهرة والمكانة التاريخية التي تحققها الجامعات المصرية لا يمكن تقديرهما بثمن وحينما تقرر الجامعة أن تمنح اسمها لرسالة الحاضنة يجب أن تكون عازمة على التعاون النشط مع الحاضنة.و يجب أن تكون الحاضنة قادرة على الانتفاع الفعال من الموارد التي تتيحها الجامعة بما في ذلك قوة رابطة خريجيها ، ففوائد هذه المصادر قد تتجاوز كل التقديرات حيث يمكن اعتبارها أصول غير ملموسة للحاضنة و من المنطقي أن نفترض انه أذا استطاعت الحاضنة أن تحقق الانتفاع الأمثل من موارد الجامعة في دعم الشركات الناشئة ، فأن بعض هذه الشركات قد ينمو ويبدأ في إدرار الربح بسرعة اكبر وبما أن شركة الحاضنة تمتلك بعض الأسهم في كل واحدة من الشركات الناشئة ، فان قيمة هذه الأسهم تنمو بنمو هذه الشركات ويتبع ذلك أن الشركة الحاضنة سوف تحقق ربحا كبيرا تعود نسبة قيمة منه إلى الجامعة الراعية .

أهم المصادر

١. الحاضنات التكنولوجية Available online at: http://194.204.227.34/data /research/docs3/INCUB.htm(Accessed 2008)

٢. أحمد بن حامد نقادي: دور منظومات الأعمال بالجامعات في صناعة البحث العلمي، جامعة الملك عبد العزيز أنموذجاً، ورقة عمل مقدمة لمنتدى الشراكة المجتمعية فى مجال البحث العلمي فى المملكة العربية السعودية ،جامعة الأمام محمد بن سعود الإسلامية ،الرياض، ١٤٣٢.

٣. أحمد بن قطاف :أهمية حاضنات الأعمال التقنية في دعم وترقية المؤسسات الصغيرة المبدعة في الجزائر ' رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة لكلية العلوم الاقتصادية و علوم التيسير والعلوم التجارية ، قسم علوم التيسير ، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة،٢٠٠٧.

٤. أحمد عبد الفتاح الزكي: القيادة في ظل ثقافة التغيير،مجلة علوم إنسانية، السنة الثالثة: العدد ٢٤: ايلول (سبتمبر) ٢٠٠٥.

٥. احمد محمود الخطيب وعادل سالم معايعة : الإدارة الإبداعية للجامعات، نماذج حديثة عالم الكتاب الحديث،الأردن،٢٠٠٦ .

٦. أخبار مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية Available online at: kacst.edu.sa/news.detailsphp?id.html (Accessed 2008).

٧. ....:توقيع اتفاقية تعاون بين المدينة وشركة الاتصالات Available online at: kacst.edu.sa/news.detailsphp?id.html (Accessed 2008)

٨. إدارة الفرص الاستثمارية، مركز جدة للمنشآت الصغيرة : Available online at www.jcci.org.sa/JCCI/ppt(Accessed 2008)

٩. أمير تركماني : " دور المؤسسات الوسيطة و الداعمة "، المؤتمر الوطني للبحث العلمي و التطوير التقاني، دمشق، سوريا، ٢٤-٢٦ أيار ٢٠٠٦ .

١٠. بعض التجارب العالمية في إقامة حاضنات المشروعات Available online at: http://www.4eqt.com/vb/thread5920.html(Accessed 2008).

١١. يونوة شعيب، خلوط عواطف: أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ريادة المنظمات الحديثة، الملتقى الدولى حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة– دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ،جامعة سعد دحلب – البليدة – الجزائر ١٨-١٩ ماي ٢٠١١.

١٢. التعليم العالي في ألمانيا : Available online at: khafagy.wordpress.com (Accessed/2007/07/30)

١٣. جامعة الملك عبد العزيز، برنامج حاضنات منظومة الأعمال والمعرفة : Available online at http://www.kau.edu.sa/administration/bka/kb/about_incub.html(Accessed 2008)

١٤. ....، منظومة الأعمال والمعرفة حاضنات الأعمال انهيكل التنظيمي Available online at: http://sms.kau.edu.sa/Content.aspx?Site_ID=191&lng=AR&cid=4848 (Accessed 2008.

١٥. ....، منظومة الأعمال والمعرفة ،بيوت الخبرة Available online at: http://www.kau.edu.sa/administration/bka/kb/expert_houses_home.asp(Acessed 2008)

١٦. جامعة الملك عبد العزيز، منظومة الأعمال والمعرفة، المعامل المركزية، Available online at http://www.kau.edu.sa/administration/bka/kb/labs_home.asp (Accessed2008.

١٧. ....، منظومة الاعمال والمعرفة، حاضنات الاعمال، عملية التسجيل Available online at http://www.kau.edu.sa/administration/bka/kb_admission_proc /.html(Accessed2008)

١٨. جامعة الملك عبد العزيز، منظومة الأعمال والمعرفة، حاضنات الأعمال، الأهداف، Available online at http://www.kau.edu.sa/administration/bka/ kb/incub (Accessed 2008) .

١٩. ....،الرؤية والرسالة Available online at: http://www.kau.edu.sa/administration/bka/kb/incub_vision.html(Accessed2008.

٢٠. ....Available online at: http://www.kau.edu.sa/administration/bka/kb(Accessed 2008)

٢١. ....: ،حدائق المعرفة، Available online athttp://www.kau.edu.sa/administration/bka/kb/knowledge_parks_home.asp(Accessed 2008).

٢٢. الجمهورية العربية السورية ،جامعة حلب،حاضنة الأعمال التكنولوجية لجامعة حلب في مدينة الشيخ نجار الصناعية ، الهيئة العليا للبحث العلمي ، Available http://www.hcsr .gov.sy/index.php?d=196&id=200(Accessed 2011).

٢٣. جمهورية مصر العربية ،الصندوق الاجتماعي للتنمية Available online at .sfdegypt.org/about_a.asp(Accessed 2008) .

٢٤. المجالس القومية المتخصصة، تقرير المجلس القومي للتعليم والبحث العلمي والتكنولوجيا ،: الحاضنات التكنـــولوجية ، الدورة الثلاثون ، القاهرة ، ٢٠٠٢ – ٢٠٠٣ .

٢٥. ....: الصندوق الاجتماعي للتنمية Available online at: http://www.sfdegypt.org/services_a.asp#2(Accessed 2008)

٢٦. حاضنات المشروعات الصغيرة فرصة عمل للجميع Available online at: http://www.jcci.org.sa(Accessed 2008) .

٢٧. حاضنة تقانة المعلومات والاتصالات Available online at : http://www.ti-scs.org/#mainTd(Accessed 2011).

٢٨. .... Available online at http://www.ti-scs.org/services.php#mainTd(Accessed 2011).

٢٩. .... Available online at :http://www.ti-scs.org/index.php#mainTd(Accessed 2011).

٣٠. حبيب محمود وآخرون : نماذج مؤسساتية نحو تحقيق التنافسية في مجال اقتصاد المعرفة : Available online at: http/eco.asu.edu.jo/ecofaculty/wp- content 2011/04/3/uploads/.doc (Accessed 2011)

٣١. حفيفي صليحة : دور الإبداع في تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، الندوة الدولية حول المقاولة والإبداع في الدول النامية ، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، المركز الجامعي بخميس مليانة ، الجزائر ،، ١٣،١٤ نوفمبر ٢٠٠٧.

٣٢. حمدي الحسيني : حضانة إنتاجية. Available online at :http://www.islamonline.net/arabic/economics/2004/ 02/article05.shtml(Accessed 2008).

٣٣. خالد مصطفى قاسم : دور حاضنات الأعمال في تنمية القدرات التنافسية للمشروعات الصغيرة والمتـوسطة ، الملتقى العربي الرابع للصناعات الصغيرة والمتوسطة ، صنعاء ٢٥-٢٠٠٧/١١/٢٦.

٣٤. خليدة محمد بلكبير وكريمة بكوشن:دور حاضنات الأعمال في تشجيع ودعم المقولات الصغيرة والمتوسطة المبدعة ، الندوة الدولية حول المقاولة والإبداع في الدول النامية ، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التيسير،المركز الجامعي بخميس مليانة ،الجزائر،،١٣،١٤ نوفمبر ٢٠٠٧ .

٣٥. دروس أمريكية للمشروعات الصغيرة، Available online at: http://www.siironline.org/alabwab/edare%20eqtesad(27)/388.htm(accesse2008).

٣٦. رمضان السنوسي وعبدالسلام الدويبي : حاضنات الأعمال والمشروعات الصغري ، المركز العربي لتنمية الموارد البشرية ،دار الكتب الوطنية، بنغازي، ليبيا، ٢٠٠٣ .

٣٧. سيد كاسب وجمال كمال الدين : المشروعات الصغيرة الفرص والتحديات ،مشروع الطرق المؤدية للتعليم العالي،مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث،كلية الهندسة ،جامعة القاهرة، Available online at: http://www.pathways.cu.edu.eg/subpages/SME-Engine.htm(Accessed 2008) .

٣٨. صالح درديرة: الحضانات وأهميتها لتطوير المشروعات الصغيرة ،الملتقى الاقتصادي Available online at: http://www.aleqtisadi.net/writer_details.php idm.h (Accessed 2008)

٣٩. عاطف الشبراوي : حاضنات الأعمال مفاهيم مبدئية وتجارب عالمية، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة إيسيسكو ـ ١٤٢٦هـ/ ٢٠٠٥م http://www. isesco.org.ma/pub/ ARABIC/ hadinates/ P3.htm.

٤٠. عبد الرازق خليل ونور الدين هناء :دور حاضنات الأعمال لدى المؤسسات الصغيرة فى الدول النامية ، الملتقى الدولى حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فى الدول العربية ،جامعة حسيبة بن بوعلى بالشلف ، الجزائر، ١٧-١٨أبريل، ٢٠٠٦.

٤١. عبد الرحمن تيشورى : حاضنات الاعمال – حاضنة الاتصالات والمعلومات – تجربة رائدة يجب تعميمها في كل المحافظات ،الحوار المتمدن ،العدد ٣١٦٣ ،٢٠١٠، http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=232846

٤٢. .... : حاضنات الأعمال فى هيئة مكافحة البطالة السورية ، الحوار المتمدن ، العدد ١٤٤٣ ،٢٠٠٦. http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=55722

٤٣. عبد السلام أبو قحف :العولمة وحاضنات الأعمال ، حالات عملية وحلول مشكلات، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية ،٢٠٠٢.

٤٤. عبد السلام الدويبى :دور حاضنات الأعمال والابتكار التقني في دعم المبادرين،الحلقة الدراسية حول المشروعات الصغرى والمتوسطة ،مجلس التخطيط الوطني ، الجماهيرية العربية الاشتراكية العظمى،٢٨-٣٠ /٧/٢٠٠٧ .

٤٥. على ناصر شتوي زاهر : آليات تطوير الشراكة المؤسسية بين الجامعة ومؤسسات القطاع الخاص ،دراسة استكشافية لأراء القيادات الأكاديمية بجامعة الملك خالد وقيادات القطاع الخاص بمنطقة عسير ،مجلة التربية،العدد ١٦،أغسطس ، القاهرة ،٢٠٠٥ .

٤٦. العين وجدان التلهوني : حاضنات الأعمال "تجربة ملتقى سيدات الأعمال والمهن الأردني" ، ورقة عمل فى منتدى المرأة العربي والعلوم والتكنولوجيا ٨-١٠ كانون الثاني ، القاهرة ، ٢٠٠٥.

٤٧. غياث بركات : سياسات التعليم العالي في سورية Available online at: http:// www.economicsociety.com/alnadwa20/hight_education.htm (Accessed 2008)

٤٨. كمال رزيق : التنمية المستدامة في الوطن العربي من خلال الحكم الصالح والديمقراطية، مجلة علوم انسانية، السنة الثالثة: العدد ٢٥ ، ٢٠٠٥ . http://www.ulum.nl/b33.htm

٤٩. لعلى بوكميش و يوسفات علي: حاضنات الأعمال كآلية لدعم و تطوير البحث العلمي في العالم العربي: مؤتمر التعليم العالي في الوطن العربي بين الماضي والحاضر والمستقبل، أسبوع التجمع التربوي الرابع، جامعة قطر ،٢٩مارس-٤ ابريل ٢٠٠٨.

٥٠. ليلى عبد الرحيـــم وخديجة لدرع: حاضنات الأعمال التكنولوجية كآلية لدعم الإبداع في المؤسسات الصغيرة الرائدة، الملتقى الدولى حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة- دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية -كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ،جامعة سعد دحلب – البليدة – الجزائر ١٨-١٩ ماي، ٢٠١١.

٥١. مادي محمد إبراهيم وآيت عكاش سمير : دور المشاريع الصغيرة في الاقتصاد الوطني وإشكالات لتمويل التي تواجهها في ظل محاولات التجديد والتوسع والإبداع ، الندوة الدولية حول المقاولة والإبداع في الدول النامية ، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التيسير ، المركز الجامعي بخميس مليانه ، الجزائر ، ١٣،١٤ نوفمبر ٢٠٠٧ .

٥٢. مازن مرسول محمد : جدلية العلاقة بين العولمة والتنمية البشرية في العالم العربي مجلة علوم انسانية ، السنة الثانية: العدد ٢٣ : تموز (يوليو) ٢٠٠٥ . http://www.ulum.nl/a218.html.

٥٣. ماهر المحروق: سياسات حماية المنشآت الصغيرة والمتوسطة ،أثر المبادرات العربية في دعم المنشات الصغيرة والمتوسطة ، المؤتمر العربي الرابع لتنمية الموارد البشرية، مركز الملك فيصل للمؤتمرات – الرياض، ١٣-١٥/٢/٢٠١١.

٥٤. محمد احمد الأسود : حاضنات الابتكار : مستقبل التنمية يبدأ من المشروعات الصغرى والمتوسطة ، منتدى ليبيا للتنمية البشرية والسياسية،٢٠٠٧ . Available online at: http://www.libyaforum.org/archive/index.php?option=com_content&task=view&id=3992&Itemid=1(Accessed2008))

٥٥. محمد الاسود : دراسة حول مشروع حاضنات الأعمال والابتكار التقني واليات تنفيذه،الجماهيرية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى . Available online at www.npc.gov.ly/ doc/documents/ engmohamed.ppt(Accessed2008).

٥٦. محمد الناصر عزيز :التجارب العالمية فى الحاضنات وأثرها على التنمية ،الندوة التعريفية بحاضنات التقنية ، جامعة الملك سعود ،٢٠٠٧.

٥٧. محمد بن بوزيان والطاهر زياني : حاضنات الأعمال : الفرص الجديدة لبعث المقاولة في العالم العربي ، الندوة الدولية حول المقاولة والإبداع في الدول النامية ، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسير ، المركز الجامعي بخميس مليانه ، الجزائر ، ١٣،١٤ نوفمبر ٢٠٠٧ .

٥٨. ....: دور تكنولوجيا الحاضنات فى تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، الملتقى الدولى حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فى الدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلى بالشلف الجزائر، ١٧-١٨أبريل، ٢٠٠٦.

٥٩. محمد شريف بشير استثمار البشر في ماليزيا ،جامعة بترا، ماليزيا،٢٠٠٢ Available online ahttp://www.islamonline.net/arabic/economics/2002/05/article11.shtml (Accessed 2008) .

٦٠. مشروع حاضنات التقنية السعودي.. دعوة لاحتضان الأفكار الإبداعية Available online http://www.asharqalawsat.com/leader.asp?section=3&issue=10439&article= 425686(Accessed 2008)

٦١. معهد التبين للدراسات المعدنية :الحاضنات نبذة تاريخية عن حاضنة التبين للمشروعات التكنولوجية. Available online at http://tims-e g.com/DefaultAr.aspx?ID=17 (Accessed 2011.)

٦٢. المكتب الإقليمي للدول العربية : " تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام ٢٠٠٣"، برنامج الامم المتحدة الإنمائي ، المطبعة الوطنية ، عمان ، الأردن،٢٠٠٣ .

٦٣. ميس العاني: حاضنة تقانة المعلومات في الجمعية السورية للمعلوماتية. استثمار منظم لمواهب الشباب تسفر مشاريع رائدة تنافس في سوق العمل ،الجمعية العلمية السورية للمعلوماتية، Available online at: http://www.scs.org.sy/ArticlesDetail.aspx? ArticleID=365 (Accessed 2011) .

٦٤. ميسر إبراهيم أحمد الجبوري و معن وعدالله المعاضيدي : الأدوار الإستراتيجية المرتقبة لحاضنات الأعمال"أنموذج مقترح لحاضنة عراقية للأعمال والتقانة Available online at: http://eco.asu.edu.jo/ecofaculty/wp-content/uploads/2011/04/66.doc (Accessed 2011).

٦٥. ميسون محمد القواسمة :واقع حاضنات الأعمال ودورها فى دعم المشاريع الصغيرة فى الضفة الغربية،رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة لقسم إدارة الأعمال ،كلية الدراسات العليا والبحث العلمي ،جامعة الخليل ،٢٠١٠.

٦٦. نائلة حسين عطار: حاضنات المشروعات الصغيرة فرصة عمل للجميع،(١) الصحيفة الالكترونية الاقتصادية Available online at: http://www.aleqt.com article.php? / do=show&id=2398 (Accessed 2008)

٦٧. نائلة حسيين عطار : حاضنات التقنية والدور المتوقع للمرأة السعودية، الندوة التعريفية بحاضنات التقنية ، مركز بحوث أقسام العلوم والدرسات الطبية للطالبات ، عمادة البحث العلمي ، بجامعة الملك سعود ، ٢٠٠٧.

٦٨. نبيل محمد شلبي: نموذج مقترح لحاضنة تقنية بالمملكة العربية السعودية،ورقة عمل مقدمة الى ندوة واقع ومشكلات المنشات الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتنميتها،الغرفة التجارية الصناعية بالرياض،٨-٩/١٠/٢٠٠٢ .

٦٩. نواز عبد الرحمن الهيتي : الصناعات الصغيرة والمتوسطة في دول مجلس التعاون الخليجي : الوضع القائم والتحديات المستقبلية ، مجلة علوم إنسانية ، السنة الرابعة ، العدد ٣٠ ، سبتمبر ٢٠٠٦

٧٠. نوزاد عبد الرحمن الهيتي :الصناعات الصغيرة والمتوسطة في دول مجلس التعاون الخليجي: الوضع القائم والتحديات المستقبلية ،مجلة علوم إنسانية ،السنة الرابعة: العدد ٣٠: ايلول (سبتمبر) ٢٠٠٦ http://www.ulum.nl/b175.htm

٧١. نوزاد عبد الرحمن الهيتي:التنمية المستدامة في المنطقة العربية الحالة الراهنة والتحديات المستقبلية، مجلة علوم انسانية السنة الثالثة : العدد ٢٥: نوفمبر (نوفمبر) ٢٠٠٥ .
http://www.ulum.nl/b38.htm

٧٢. وزارة التعليم العالي، المؤتمر القومي لتطوير التعليم العالي، مشروع الخطة الإستراتجية لتطوير منظومة التعليم العالي ،مركز القاهرة الدولي للمؤتمرات،القاهرة، ١٣-١٤فبراير ٢٠٠٠ .

73- Alameda Center for Environmental Technologies UNIVERSITY RELATED Incubators1997., August :Available online at: http://www.efc9.org/publications/ pdf/incubators/URI.pdf (Accessed 2008).

74- Augesco Business Incubator :Typology of Business Incubator Centers,2004. Available online at: http://www.crupi.biz/ augesco/ typology.htm(Accessed 2008) .

75- Benchmarks of Business Incubator: Available online at :http://ec.europa.eu/ enterprise/entrepreneurship/support_measures/incubators/germany_case_study_2002.pdf (Accessed 2008) .

76- Cristian, Lender & Michael Dowling : The Organizational Structure of University Business Incubators & their Impact on the Success of Start ups : an international study, International journal of entrepreneurship & innovation Management, Vol. 7, Issue 6, 2007.

77- Dato' Anuar Md Nor : Technology Development Clusters Program – The Malaysian Experience Submitted at the International Conference on Business Incubation & Technology Innovation, Shanghai, China 2000.

78- Datuka Anuar md nor : Innovative Commercialization in Malaysia, Malaysian Technology Development GROUP CEO, Available online at www .utm.my/gtim/Session%20III/session%20III_mtdc_gci_presentation.doc (Accessed 2008).

79- Dirk Johe: Report on Business Incubation in Germany , Technology , Innovation , Incubator Centre: 2005, Available online at: http://www.tigz.ed (Accessed 2008).

80- Frank T. Rothaermel & Marie Thursby : Incubator Firm Failure or Graduation ? The Role of University Linkages, Research policy, Volume 34, Issue. 7, Sep. 2005 .

81- Gelsenkirchen University: Mission / Highlights: Available online at: http://uk.fh-gelsenkirchen.de/index.php?id=2310(Accessed 2011).

82- Gelsenkirchen University: Tradition and progress Available online at: http://uk.fh-gelsenkirchen.de/index.php?id=2300(Accessed 2011).

83- Heinz Klandt and Christine Volkmann : Development a of Academic Entrepreneurship Education in Germany, Higher Education in Europe, Volume31,issue,2,July 2006.

84- Initiatives in Selected Newly Industrialized Countries ,Available online at:http://www.escwa.un.org/ntpi/documents/capacity/chap3.pdf(Accessed 2008)

85- Klaus Andersek : Institutional and Academic Entrepreneurship : Implications for University Governance and Management, Higher Education in Europe ,Volume 29, issue2, July 2004 .

86- Kuang-Chao Fan and Others: Development of a New Self-sufficient Model for University Incubator, International journal of Innovation and Incubation, Vol. 1, No. 1. Available online at: http://www.ntur.lib.ntu.edu.tw/bitstream/ 246246/ 86566/1/33.doc (Accessed 2008).

87- Louis Tornatzky and Others : A National Benchmarking Analysis of Technology Business Incubator Performance and Practices, Report to the Technology Administration, A National Business Incubation Association, U.S Department of Commerce, Submitted by The National Business Incubation Association, September 30, 2002.

88- Margarita Tchouvakhina : KfW and the Promotion of Entrepreneurship Training in Germany, Higher Education in Europe, Volume 29,issue,2,July 2004.

89- Maryland University: Maryland Technology Enterprise Institute, About MTECH, Available online at http://www. mtech:.umd.edu /about /index.html(Accessed 2011).

90- Michael Fullan : Leading in a Culture of Change ,Jossey- Bass, U.S.A,2001.

91- Mircea Miclea:"Learning to do" as a Pillar of Education and its Links to Entrepreneurial Studies in Higher Education : European Contexts and Approaches , Higher Education in Europe, Volume 29,issue,2,July 2004 .

92- MTDC : Malaysian Technology Development Corporation Building World clsss Malaysian Technology ,Available online at http://www.mtdc.com. my/index.php? page=aboutus/ index&mod=1 (Accessed 2008)

93- MTDC : Malaysian Technology Development Corporation Building World class Malaysian Technology,incubatorprogramme Available online at http://www.mtdc.com.my/index.php?page=incubator/index&mod=4(Accessed 2008).

94- .... : Malaysian Technology Development Corporation building World class Malaysian Technology, Incubator Programme utm-mtdc Project :Available online at: http://www.mtdc.com.my/index.php? page=incubator /index &mod =4&id=utm_project(Accessed 2008).

95- .... :UKM - MTDC (The Project) Available online at: http://www.mtdc.com.my/ukm-mtdc (Accessed 2011)

96- ....: UPM - MTDC (The Project): Available online at: http://www.mtdc.com.my/upm-mtdc (Accessed 2011)

97- ....: UTM - MTDC (The Project)Available online at http://www.mtdc.com.my/utm-mtdc(Accessed 2011)

98- National Business Incubation Association : The History of Business Incubation: Available online at:http://www.nbia.org/resource_library / /history (Accessed 2011)

99- National Business Incubation Association:What is Business Incubator, Available online at http://www.nbia.org/resource center/what _ _is/index.php(Accessed 2008)

100- .... :About Nbia : Available online at :http://www.nbia.org/about_nbia/index.php(accessed 2008)

101- National Business Incubation Association :Business Incubation: Available online at :http://www.nbia.org/resource_library/faq/index.php#3 (Accessed 2011) .

102- .... :What is Business Incubation? : Available online at http://www.nbia.org/resource library/what is _ _ /(Accessed 2011).

103- Nirmala M. Pieris and Rustam Lalkaka: Technology Business Incubator, World Association of Industrial and Technological Research Organizations ,2003. http://www.waitro.org/search.php (Accessed 2008) .

104- Joel Wiggins and David V. Gibsonn: Overview of US incubators and the case of the Austin Technology Incubator , Int. J. Entrepreneurship and Innovation Management, Vol. 3, Nos. 1/2, 2003.

105- Peter Schulte : The Entrepreneurial University: A Strategy for Institutional Development, Higher Education in Europe, Volume 29,Issue,2July 2004 .

106- Rhionda G. Philips : Technology Business Incubators : How Effective as Technology Transfer Mechanisms ?, Technology in Society, Volume 24, Issue 3, August 2002 .

107- Rustman LalkaKa : Technology Business Incubators to Help Build an Innovation-Based Economy, Journal of Change Management, volume 3, Number 2, December 2002 .

108- Sarfraz A. Mian: Assessing Value-added Contributions of University Technology Business Incubators to Tenants Firms, Research Policy, Volume. 25, Issue. 3, May 1996.

109- The Gelsenkirchen Declaration on Institutional Entrepreneurial Management and Entrepreneurial Studies in Higher Education in Europe, Higher Education in Europe, Volume 29,issue,2,July 2004 .

110- The University Of Texas At Austin : ATI, About the Austin Technology Incubator: Available online at: http://ati.utexas.edu/about(Accessed 2011)

111- Tiago Ratinho and Others: Technology Business Incubators as Engines of Growth :Towards a Distinction Between Technology Incubators and Non-Technology Incubators ,AGSE,2010.

112- United Nations Industrial Development Organization: ,Technology Business Incubators and Technology Parks, In-depth Evaluation of Selected Unido Activities on Development and Transfer of Technology ,1999.

113- West Sacramento Redevelopment Agency : Request for Proposal-Market Feasibility Study for Technology Business Incubator, Available online:http://www.westsacramentochamber.com/flyers/2007/WSIncubator_ScopeOf Work.pdf (Accessed 2008).

114- Wikipedia, The Free Encyclopedia: Business Incubator, Available online at: http://en.wikipedia.org/wiki/Business_incubator(Accessed 2008).

المحتويات

الموضوع رقم الصفحة

الموضوع رقم الصفحة

الفصل الثالث (121- 239)

تطوير البرامج الجامعية فى البلاد العربية والأجنبية أ.د/ أحمد اسماعيل حجى

الموضوع	رقم الصفحة

الفصل الرابع **(241- 291)**

تسويق التعليم الجامعى

" المفهوم والفلسفة" **أ.م.د/ حسام حمدى عبد الحميد**

الموضوع رقم الصفحة

الفصل الخامس (293- 411)

بعض النماذج الأجنبية فى تسويق التعليم الجامعى

أ.م.د/ حسام حمدى عبد الحميد

الموضوع رقم الصفحة

الفصل الخامس (509-413)

تفعيل العلاقة بين الجامعة وقطاع الأعمال

(حاضنات الأعمال التكنولوجية مدخلاً) أ.م.د/ حسام حمدى عبد الحميد

الموضوع　　　　رقم الصفحة

الموضوع رقم الصفحة

هذا الكتاب

إذا كانت التنمية البشرية تعنى تحقيق نقلة نوعية وتلبية الاحتياجات الإنسانية وتوسيع فرص ومجالات الاختيار وصولاً إلى الرفاهية والتقدم ، فإنها لا تتم بلا قيادة أو ريادة .

والجامعات هى هذه القيادة التى توجه التنمية نحو تحقيق أهدافها ، وهى الريادة التى تتمثل فى العديد من النواحى : التعليم الراقى والبحث العلمى المتقدم الذى يسعى إلى تغيير المجتمع والبشر وخدمات تنموية وإنتاج معرفة .

ومن هذا المنطلق نقدم هذا الكتاب الذى يضم بين دفتيه ستة فصول :

الفصل الأول بعنوان (دور الجامعة فى التنمية البشرية لماذا،وكيف ؟)،

والفصل الثانى بعنوان (الجامعة ودور البحث العلمى فى خدمة المجتمع) ،

والفصل الثالث بعنوان (تطوير البرامج الجامعية فى البلاد العربية والأجنبية).

والفصل الرابع وعنوانه (تسويق التعليم الجامعى ، المفهوم والفلسفة) ،



والفصل الخامس وعنوانه (بعض النماذج الأجنبية فى تسويق التعليم ا

والفصل السادس وعنوانه (تفعيل العلاقة بين الجامعة وقطاع الأعمال

الأعمال التكنولوجية مدخلاً) .

وقد حرص مؤلفا هذا الكتاب على تأصيل المفاهيم ، وتناول الموضوعا

من أرضيات فكرية فلسفية ، وفى أطر مقارنة تقدم نماذج متنوعة للفكر والممارسات

فى كافة الموضوعات التى تضمها فصوله .